Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion.

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Doktorwürde einer

Hohen Staatswirtschaftlichen Fakultät

der Bayer. Ludwig-Maximilians-Universität München

vorgelegt von

Otto Heichlinger

München.

1927.

Referent: Geheimrat Professor Dr. Adolf Weber.

Vorwort:

Auf Veranlassung meines verehrten Herrn Lehrers, Herrn Geheimrat Professor Dr. A. Weber ging ich an die Bearbeitung nachstehenden Themas: „Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion“.

Ich bin Herrn Geheimrat Dr. A. Weber für sein teilnehmendes Interesse, das er mir im Seminar und während der Bearbeitung entgegenbrachte sowie für seine Anregungen zu Dank verpflichtet.

Otto Heichlinger.

Literaturverzeichnis.

Bernhard Collin, Die soziale Bedeutung der Konsumvereine, Basel 1867.

Bernstein Eduard, Die Voraussetzungen des Sozialismus, Stuttgart 1899.

Derselbe, Der Sozialismus einst und jetzt; Streitfragen des Sozialismus in Vergangenheit und Gegenwart, Stuttgart 1922, 2. Auflage.

Bittel Karl, Eduard Pfeiffer und die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung, München 1915.

Blanc Louis, Organisation du travail, Bruxelles 1852.

Borght van der, „Einfluß des Detailhandels auf die Preise". Band 38 der Schriften des Vereins für Sozialpolitik, 1888 Leipzig und Berlin.

Brauer Th., Gewerkschaft und Volkswirtschaft, Jena 1912.

Brentano Lujo, Arbeitergilden, Leipzig 1871/72.

Derselbe, Die christlich-soziale Bewegung in England, Leipzig 1883.

Cassau Theodor, Die Konsumvereinsbewegung in Deutschland, München 1924.

Conrad Prof., Einfluß des Detailhandels auf die Preise. Vortrag im Verein für Sozialpolitik 1888.

Crüger Dr. Hans, Die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften in den einzelnen Ländern, Jena 1892.

Diehl K. und E. Mombert, Kapitalzins und Unternehmergewinn. Karlsruhe 1913.

Diesel Rudolf, Genossenschaftliche Eigenproduktion, München 1904.

Domack Herm., Der Genossenschaftssozialismus Dissert. Leipzig 1913.

v. Elm, Die Genossenschaftsbewegung, Berlin 1901,

Engländer Sigmund, Geschichte der französischen Arbeiterassoziation. Hamburg 1864.

Finck Richard, Das Schultze-Delitz'sche Genossenschaftswesen und die modernen genossenschaftlichen Entwicklungstendenzen, Jena 1909

Flürschein Michael, Die große Aufgabe der Konsumvereine, Lugano 1895.

Göhre Paul, Die deutschen Arbeiterkonsumvereine, Berlin 1910.

Goldschmidt C. Bäckereigewerbe und Konsumvereine, Dissert. 101, Münchner volkswirtschaftliche Studien, Stuttgart 1910.

Häntschke H. und O. Oppermann, Handbuch der Konsumvereine, 3. von F. Schneider umgearbeitete Auflage. (1898).

Holyoake James, Häntschke, Geschichte der redlichen Pioniere von Rochdale, Le pzig 1893.

Jakob Dr. Eduard, Die Volkswirtschaftliche Theorie der Genossenschaften, Stuttgart 1913.

Kasch August, Neue Mitglieder der Konsumvereine, Eßling 1915.

Kaufmann Heinrich, Geschichte des konsumgenossenschaftlichen Großeinkaufs, Hamburg 1904.

Derselbe, Die Großeinkaufsgenossenschaft deutscher Konsumvereine m. b. H. von 1864 bis 1919. Hamburg 1919.

Derselbe, Ein genossenschaftlicher Blick in die Zukunft, Hamburg 1921.

Kilzer F., Die Preise der Konsumvereine und der Detaillisten, Preisvergleichende Untersuchung für Frankfurt am Main erschienen im Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik. Neue Folge, Bd. 1 Heft 2. Tübingen 1904.

Lange Paul, Festschrift aus Anlaß des 25 jährigen Bestehens der Konsumgenossenschaft Berlin und Umgegend, Berlin, Selbstverlag 1926.

Leitner Friedrich, Die Unternehmungsrisiken, Berlin 1915.

Lexis W., Der Breslauer Konsumverein und die Kleinhandelspreise, Schriften des Vereins für Sozialpolitik XXXVII. 2. Heft. 1888.

Liefmann Robert, Die Unternehmungsformen, Stuttgart 1902.

Maier Gustav, Soziale Bewegungen und Theorien bis zur modernen Arbeiterbewegung. 4. Auflage, Leipzig 1910.

Marquard Ulrich, Die Interessengemeinschaft, eine Ergänzung zur Entwicklungsgeschichte der Zusammenschlußbewegung von Unternehmungen. Berlin 1910.

May R. E. Das Grundgesetz der Wirtschaftskrisen und ihre Vorbeugungsmittel im Zeitalter des Monopols. Berlin 1902

Mendel Max und Rieger Josef, Die „Produktion" in Hamburg von 1899 bis 1924. Denkschrift zum 25 jährigen Bestehen des Konsumvereins „Produktion" Hamburg. Hamburg, Selbstverlag 1925.

Müller August, Konsumgenossenschaftsbrevier, Hamburg 1911.

Müller Hans, Die Schweizerischen Konsumgenossenschaften und ihre Entwicklung. Basel 1896.

Ortloff Dr. jur. Deutsche Konsumgenossenschaften im neuen Zentralverband und die Hamburger Großeinkaufsgesellschaft. Leipzig 1906.

Philippovich Eugen, Allgemeine Volkswirtschaftslehre. Tübingen 1911.

Rathenau Walter, Gesammelte Schriften Bd. IV. Berlin 1918.

Ricardo David, Grundsätze der Volkswirtschaft und Besteuerung, Jena 1921.

Riehn Reinhold, Das Konsumvereinswesen in Deutschland, Stuttgart und Berlin 1902.

Sassen F., Die Entwicklung der Genossenschaftstheorie im Zeitalter des Kapitalismus, München-Steinebach 1914.

Schär Joh. Friedr., Die Konsumkraft, Eßling 1914.

Derselbe, Im Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Band XXXI und XXXII, Tübingen 1911. Warenhaus und Konsumverein.

Schlack Peter, Ein sozialer Wirtschaftsfaktor. Eßling 1915.

Schlösser Robert, Die konsumgenossenschaftliche Gütervermittlung, ihre Technik und wirtschaftliche Bedeutung. Mannheim 1914.

Schmidt O., Begründung von Einkaufsgenossenschaften durch den Kleinhandel, Konstanz 1899.

Schmoller G., Grundriß der Volkswirtschaftslehre, Band 1, Leipzig 1900.

Seubelt E., Die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften, verglichen mit der Aktiengesellschaft, Dissertation 1896.

Simon Helene, Robert Owen, Jena 1905.

Sombart Werner, Sozialismus und soziale Bewegung. Jena 1905.

Spengler Oswald, Preußentum und Sozialismus, München 1922.

Staudinger Franz, Die Konsumgenossenschaft, aus „Natur und Geisteswelt", Leipzig 1908.

Derselbe, in der Konsumgenossenschaftlichen Rundschau, Jahrg. 1913 vom 14. Juni.

Suchsland E., Notwahrheiten über Konsumvereine, Halle. 1904.

Derselbe, Klippen des sozialen Friedens, Halle 1904.

Thieß K., Die Konsumvereine und die neueste deutsche Wirtschaftspolitik, Band X, Heft 1, 1897. Archiv für soziale Gesetzgebung und Statistik.

Totomianz, Theorie, Geschichte und Praxis der Konsumentenorganisation. Berlin 1914.

Derselbe, Die Konsumgenossenschaften in Rußland, Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 150, 1922.

Vogel Rudolf, Das Abkommen des Verbandes schweizerischer Konsumvereine mit der Großmetzgerei Bell A.-G. in Basel 1917. Dissert.

Warschauer Otto, Zur Entwicklungsgeschichte des Sozialismus. Berlin 1909.

Potter Beatrice, Die Genossenschaftsbewegung in Großbritannien, übersetzt von Brentano und Leser. Leipzig 1893.

Webb Potter, Sidney und Beatrice. The Consumers Cooperative Movement, London 1921.

Deutsch in 2 Teilen erschienen:

1. Webb Cassau, Die Genossenschaftsbewegung der Konsumenten, Halberstadt 1924.

2. Webb Müller, Die genossenschaftliche Gemeinwirtschaft, Halberstadt 1924.

Weber Adolf, Die Lohnbewegungen der Gewerkschaftsdemokratie. Bonn 1914.

Derselbe, Der Kampf zwischen Kapital und Arbeit. Tübingen 1921.

Weil Herbert, Die gewerblichen Produktivgenossenschaften in Deutschland, München 1913.

Wernicke K., Kapitalismus und Mittelstandspolitik, Jena 1907.

Wicksell Knut, Über Wert, Kapital und Rente, Jena 1893.

Wilbrandt Robert, Die Bedeutung der Konsumgenossenschaften, Vortrag auf dem evangelisch-sozialen Kongreß in Hamburg, Göttingen 1913.

Wygodzinki W. Das Genossenschaftswesen in Deutschland, Leipzig 1911.

Zeidler Hugo, Geschichte des deutschen Genossenschaftswesens der Neuzeit, Leipzig 1893.

Zeitschriften und Jahrbücher.

Konsumgenossenschaftliche Rundschau, Jahrgang 1913, Hamburg.
do. do. Jahrgang 1914, Hamburg.
do. do. Jahrgang 1926, Hamburg.
do. do. Jahrgang 1927, Hamburg.

Aus Jahrgang 1926 Nr. 7 vom 13. Februar: Die britischen Genossenschaften im Jahre 1921.

Aus Jahrgang 1927 Nr. 5 vom 29. Januar: Die britischen Genossenschaften im Jahre 1925.

Aus Jahrgang 1913 Nr. 41 S. 802 Artikel F. Staudinger: Sind die Genossenschaftsbetriebe Arbeiterbetriebe?

Aus Jahrgang 1927 Nr. 3 S. 36 Bernhard Lavergne, Prof. in Lille. L'ordre cooperatif, Paris 1927.

Sozialistische Monatshefte, 1901, 1913, 1925, 1926.

Konsumgenossenschaft Berlin und Umgegend, Geschäftsbericht von 1920/21.

Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine. Jahrgang 1901, 1905, 1906, 1907, 1908, 1909, 1910, 1911, 1912, 1913, 1914, 1915, 1916, 1917, 1918, 1919, 1920, 1921, 1922, 1923, 1924, 1925, 1926, erschienen im Verlag der „Verlagsanstalt des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, Hamburg".

Jahrbuch des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine. Düsseldorf, Köln, Jahrgang 1913, 1914, 1915, 1917, 1919, 1920, 1923, 1924, 1925.

Jahr- und Adreßbuch der Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften. Jahrgang 1905, 1907, 1908, stellt ab 1909 sein Erscheinen ein.

Jahrbuch der internationalen Genossenschaftsbewegung, herausgegeben vom internationalen Genossenschaftsbund, Zürich 1910.

Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion.

Inhaltsverzeichnis.

Zahlenmäßige Ergebnisse der Eigenproduktion.

Hauptbetriebe konsumgenossenschaftlicher Eigenproduktion:
a) Bäckerei, b) Fleischerei.

Grenze der Eigenproduktion für Konsumvereine.

2. Die Eigenproduktion bei der Großeinkaufsgesellschaft.

Voraussetzung für die Eröffnung zentraler Produktionsbetriebe.

Zahlenmäßige Erfolge der Eigenproduktion.

Kritik der Erfolgszahlen.

Eigenpackung als Vorbereitung zur Eigenproduktion.

Die technischen Nebenbetriebe der Großeinkaufsgesellschaft.

Die Beteiligung der Großeinkaufsgesellschaft an kapitalistischen Unternehmungen und ihre Bewertung vom Standpunkt der Genossenschaftstheorie.

3. Die Kapitalbildung bei den Konsumvereinen und bei der Großeinkaufsgesellschaft

a) bei den Konsumvereinen
Betriebsmittel,
Organisation der Sparkraft der Mitglieder und ihre Bedeutung,

b) die Bankabteilung der Großeinkaufsgesellschaft als zentrales Geldinstitut für die Konsumgenossenschaftsbewegung.

4. Die Angestellten und Arbeiter als Arbeitnehmer im Konsum-Verein.

Ihre Zahl in Deutschland; in England.

Die Doppelstellung der Arbeitnehmer im Konsum-Verein

a) als Produzent, b) als Konsument

Die Versuche zur Lösung dieses Problems:

a) durch Besserstellung der konsumgenossenschaftlichen Arbeitnehmer in hygienischer und technischer Beziehung, sowie durch vorbildliche Lohn- und Arbeitsbedingungen,

b) durch ein genossenschaftlich-gewerkschaftliches Tarifamt um Streitigkeiten zu vermeiden,

c) ablehnende Stellung gegenüber Heimarbeit und Versuch, diese durch Fabrikarbeit zu ersetzen.

Ökonomische Gesetzmäßigkeiten begrenzen auf die Dauer alle sozialen Maßnahmen.

Syndikalismus und Gildensozialismus, neue Versuche zur Lösung der Arbeiterfrage.

Die Bedeutung genossenschaftlicher Schulung für die Weiterentwicklung der Genossenschaftsbewegung und der Eigenproduktionsbetriebe.

5. Grenzen der Eigenproduktion ergeben sich:

a) aus der Mitgliederzusammensetzung, diese zeigt uns, daß gewisse Bevölkerungsschichten überhaupt nicht organisationsfähig sind;

ferner gibt es Gebiete, die schwer zu erschließen sind, ländliche mit zerstreut lebender Bevölkerung, sowie auch Länder (Amerika) die dem Arbeiter so günstige Bedingungen bieten, daß sein Interesse für die Konsumentenorganisation gering ist.

b) Die organisierten Mitglieder beteiligen sich nur gering am Umsatz, das ist zu erklären mit psychologischen und mit organisationstechnischen Momenten.

Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion ist mehr im Gebiete der Herstellung von Massenartikeln im Vorteil. Der Begriff Massenbedarfsartikel ist nicht feststehend

Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion wird sich im Rahmen der Massenbedarfsgüterherstellung jeweils ausdehnen.

Unterschied zwischen kapitalistischer und konsumgenossenschaftlicher Produktion.

6. Stellungnahme zum Genossenschaftssozialismus.

Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion.

A. Vorbereitende Entwicklung.

1. Die Arbeiterproduktivgenossenschaft.

Wer den Konsumgenossenschaften und ihrer Idee gerecht werden will, darf sie nicht isoliert betrachten, sondern er muß sie als einen Teil der sozialen Bewegung auffassen, die als eine Reaktion gegen die kapitalistische Wirtschaftsverfassung eingeleitet wurde, um diese Wirtschaftsverfassung zu überwinden.

Gerade heute, nachdem man mit überkommenen Einrichtungen gebrochen hat, in Zeiten des Experimentierens auf allen Gebieten, ist die Frage aktuell, ob Anzeichen vorhanden sind, daß unsere Zeit mit ihren sozialen und wirtschaftlichen Problemen sich in einem Umbildungsprozeß befindet. Stellt dabei die Genossenschaftsbewegung ein Mittel dar, das mit dazu beiträgt, das kapitalistische System unter demokratische Kontrolle zu bringen? Sind insbesondere die Konsumgenossenschaften und deren Eigenproduktionsbetriebe, wie es scheint, ein besonders geeignetes Mittel hierzu? Denn, daß sie ein dem kapitalistischen Prinzip mit seiner Marktproduktion entgegengesetztes Prinzip, eine Bedarfsdeckungswirtschaft mit demokratischer Form der Produktion und Kontrolle darstellen, ist wohl zuzugeben.

Schon einmal haben die Arbeiter versucht, mit Hilfe des Genossenschaftswesens die kapitalistische Wirtschaftsordnung zu überwinden. Die Erfahrungen, die man mit den Arbeiterproduktivgenossenschaften in allen Ländern und zu allen Zeiten gemacht hat, kann man dahingehend zusammenfassen, daß sie einen vollkommenen Fehlschlag bedeuten. Die Gründe des Fehlschlagens hier aufzuzeigen, verlohnt sich deshalb, weil wir dann sehen werden, daß man die Erfolglosigkeit dieser Bemühungen nicht auf die ganze genossenschaftssozialistische Bewegung

übertragen kann. Vor allem ist es den Konsumgenossenschaften gelungen, sich in das kapitalistische Gefüge einzuordnen und auf demokratischer Grundlage Erfolge zu erzielen, die man zu Beginn der Bewegung für unmöglich gehalten hat.

Wenn wir hier die Arbeiterproduktivgenossenschaften kurz zu schildern versuchen, so müssen wir uns einen Überblick über die Kräfte verschaffen, die die Bewegung ausgelöst haben.

Das durch die philosophische Aufklärung geschaffene geistige Milieu bemächtigte sich zu Beginn und im Verlaufe des ersten Drittels des 19. Jahrhunderts der Geister, zuerst besonders in Frankreich und England, um sich dann über die Kulturländer zu verbreiten. Auf wirtschaftlichem Gebiete wirkt diese Aufklärung als die Idee des Liberalismus, besonders durch die Lehre von Adam Smith in einer schrankenlosen Betätigungsfreiheit des Individuums. Das „laisser faire, laisser passer“ war der Wahlspruch für die von den überkommenen Fesseln des Zunftzwangs, der Vorstellung der auskömmlichen Nahrung und des gerechten Preises befreiten wirtschaftenden Menschen. Jede Einengung der persönlichen Freiheit erschien als „offenbare Verletzung des heiligsten Menschheitsrechtes“[1]) Folgeerscheinung dieser individuellen Freiheit war eine ungeahnte Entwicklung der Technik und des Verkehrswesens. Die Verkehrsverbesserungen erweiterten die Absatzbasis und ermöglichten die Verwertung technischer Erfindungen und Verbesserungen, die meist umwälzende Neuerungen des Produktionsvorganges bedeuteten. Massenfabrikation, Massenabsatz mußten das Fabriksystem, wie es sich nun ausbreitete, dem Handwerk und auch der Manufaktur überlegen zeigen. Ein neuer Stand, die Lohnarbeiter als Klasse entwickelt sich. Sie rekrutieren sich aus den durch die Bauernbefreiung frei gewordenen landwirtschaftlichen Arbeitern, aus Gesellen, die keine Möglichkeit sehen, gegenüber der immer mehr sich ausbreitenden Herrschaft der Fabrikbetriebe zur Selbständigkeit zu gelangen und aus Handwerkern, denen

---

[1]) A. Smith, Wealth of Nations, Edinburgh 1809, II, p. 429.

die Konkurrenz der Fabrikbetriebe die Existenzbedingung genommen hat.

Der „freie Arbeitsvertrag" ist inhaltlich vom Arbeitgeber einseitig festgesetzt, denn „die Arbeitskraft ist untrennbar von der Person ihres Verkäufers, kommt mit diesem zur Welt und die regelmäßige Armut zwingt ihn, die Nutzung seiner Arbeitskraft fortwährend auf den Markt zu bringen, um sein Leben zu fristen und er hat keinen Einfluß, weder auf das Angebot in der Gegenwart, noch auf das in der Zukunft" [1]). Lohnmaximum und Existenzminimum waren in jener Zeit nur zu gern eine Einheit. Hand in Hand damit geht die übermäßig lange Arbeitszeit, frühzeitige Kinderarbeit und Frauenarbeit. In den rasch aufblühenden Industrieorten waren auch die Wohnungsverhältnisse derart, daß sie nicht im entferntesten den Anforderungen an Hygiene genügten. Keine Möglichkeit schien es für die Betroffenen zu geben, sich aus diesen Verhältnissen herauszuarbeiten.

Daneben entstand ein Reichtum und Wohlstand all derer, die in Unternehmungen die Marktproduktion vornahmen, der die gesellschaftliche Differenz zwischen Besitzenden und Lohnarbeitern umso stärker hervorhob.

Diesen Zuständen der wirtschaftlichen Entwicklung gegenüber mußten sich bald Reaktionserscheinungen ergeben. Abgesehen von solchen philantropischer Natur — Verbot der Nachtarbeit Jugendlicher, Einschränkung der Frauenarbeit usf. — war es vor allem der Zwang, der täglich die Massen zu der unter den gegebenen Bedingungen verhaßten Arbeit in gemeinsamer Werkstätte zusammenführte und sie aus ihrer Isolierung unter dem Druck der Verhältnisse zu solidarischer Einigung brachte.

Die Not war damit die psychologische Grundlage für die Entstehung des Genossenschaftswesens geworden. Der Masse erstanden Führer, vor allem in den Sozialisten Fourier, Buchez, Louis Blanc und Lasalle. Sie haben gewisse gemeinsame Grundgedanken, die etwa darin gipfeln, den Reichtum, den die Unternehmer anzusammeln in der Lage sind, dem Arbeiter zuzuführen,

---

[1]) Dr. Hans Crüger: Die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften in den einzelnen Ländern. Jena 1892. Vorwort.

ein Gedanke, der später seine wissenschaftliche Formulierung in der marxistischen Lehre vom Mehrwert erhielt. In den Mitteln weichen sie etwas von einander ab. Fourier wollte die Regelung der Produktion, Zirkulation und Konsumtion der Güter durch den Staat[1]); also schon einen genossenschaftlichen Zukunftsstaat mit Sozialisierung der heutigen Wirtschaftsordnung „doch waren seine Phalangstèren, ebenso wie die Ikarien Cabets utopistische Hirngespinste sozialer Architekten, welche die Gesellschaft von heute auf morgen nach künstlichen Plänen umgestalten wollten"[2]). Sahen wir hier den Vertreter einer extremen Richtung, der den Umstellungsprozeß der Wirtschaft radikal vornehmen wollte, so finden wir in Buchez, einem Schüler St. Simons, einen praktischer veranlagten Reformer. Er verlangt Produktivgenossenschaften der Arbeiter. 1832 wird nach seinen Plänen die erste Arbeiterproduktivgenossenschaft in Paris errichtet. Grundgedanke war der Ausschluß des Unternehmers. „La terre au paysan, l'usine à l'ouvrier", Brüderlichkeit in der Arbeit, Freiheit, den Leiter ihrer Arbeit nach eigenem Ermessen zu wählen und abzusetzen und eine völlige Gleichheit der Rechte unter den Genossen.

Louis Blanc unterscheidet sich von Buchez nur insoferne, als er die Hilfe des Staates zur Finanzierung für erforderlich hielt. Er bringt also für die Praxis der Assoziation keinen neuen Gedanken. Die Forderung der Staatshilfe, die vor ihm schon andere, zeitweise auch Buchez erhoben haben, verhilft jedoch seiner Theorie zu einer gewissen Bedeutung im französischen Genossenschaftswesen. Der Staat muß zum Bankier der Armen werden. Die Leitung der Betriebe erfolgt zunächst ebenfalls durch den Staat, um später, wenn sie die Genossen genügend kennen, einem selbstgewählten Direktorium übertragen zu werden. Die Beschäftigung des Einzelnen und die Festsetzung des Arbeitslohnes erfolgt nach dem Grundsatze: Jeder produziert nach seinen Anlagen und Kräften,

---

[1]) Dr. Reinhold Riehn: Das Konsumvereinswesen in Deutschland. Stuttgart 1902. S. 7.

[2]) Dr. Eduard Jakob: Die volkswirtschaftliche Theorie der Genossenschaften, Stuttgart 1913. S. 57.

jeder konsumiert nach seinen Bedürfnissen. Der Lohn ist also für alle gleich, wenn auch die Arbeitskraft und Leistung verschieden sind. Den größten Nachdruck legte L. Blanc auf die Eroberung der politischen Macht durch die Arbeiter. Seine Gründungen von 1848 schlugen fehl, als die Regierung die Mittel — 3 Millionen Francs — infolge eines Stimmungsumschwungs versagte

Nach England war die Idee der Produktivgenossenschaften 1849 durch die christlich-sozialen als Abhilfe gegen die Not der arbeitenden Klassen gebracht worden — Webb — während Muckle behauptet, daß sie die Idee Buchez verdankten. Auch in England ist diese Bewegung in neuen Reformideen politischer und wirtschaftlicher Art untergegangen.

In Deutschland war es Lasalle, der die Produktiv-Assoziation — mit Staatshilfe — propagierte. Sein Mißerfolg ist ja bekannt.

Die teils auf direkte Veranlassung, teils als Wirkung ihrer Lehren gegründeten Genossenschaften waren Arbeiterproduktivgenossenschaften d. h. Personengesellschaften von Arbeitern, ohne Beschränkung der Mitgliederzahl Die Mitglieder arbeiten selbst in der Genossenschaft, der Gewinn wird auf die Arbeit verteilt, die Arbeiter-Mitglieder sind stimmberechtigt in der Verwaltung. Diese Gründungen waren seltener auf Rentabilitätsrechnung aufgebaut als auf persönlichen Momenten; z. B. Ausschaltung des Unternehmers, um dem Arbeiter den vollen Arbeitsertrag zuzuführen. Eine ebenso häufig vorkommende Veranlassung zur Gründung waren Streiks. Aber mit der Übernahme der Unternehmerfunktionen wurde den Arbeitern meist in kurzer Zeit klar, daß die Tätigkeit des Unternehmers nicht damit erschöpft ist, den „Mehrwert“ einzustecken, sondern daß er bei Aussicht auf Gewinn auch erhebliches Risiko trägt. Der Unternehmergewinn ist nicht etwas, was der Unternehmertätigkeit anhaftet, er ist „ein Compositum mixtum von Zufallsrente, Risikoprämie, Unternehmerlohn“ [1]). Sie merkten, daß es neben prosperierenden Unternehmungen auch eine ganze Reihe

---

[1]) A Weber: Kampf zwischen Kapital und Arbeit. Tübingen 1921, S. 437.

solcher gab, die im Verlauf eines Betriebsjahres wieder aus der Wirtschaft verschwinden. Eine besonders unsichere Basis hatten die Arbeiterproduktivgenossenschaften, die in der Leidenschaft der Kämpfe mit den Arbeitgebern errichtet wurden, um streikende Arbeiter zu unterstützen. Meist war das Solidaritätsgefühl der Arbeiter zur Unterstützung der in Genossenschaftsbetrieben vereinigten Arbeiter mit dem Aufhören des Kampfes vorbei. Die Arbeitergenossen sahen sich mit ihrem Zwergbetrieb sodann ohne Kenntnisse, ohne Kapital und meist auch ohne straffe Führung der Konkurrenz der Unternehmer am Markte gegenüber. Besonders bei den Produktivgenossenschaften werden an die Mitglieder in sittlich-wirtschaftlicher Beziehung hohe Anforderungen gestellt. Sie müssen sich, wie Crüger meint, „aus einem vorhanden Bedürfnis aus sich selbst heraus entwickeln, sollen sie eine wahre Stütze der Mitglieder werden“ [1]).

Die Mängel, die der Arbeiterproduktivgenossenschaft anhaften, sind offensichtlich. Sie wurden gegründet, meist ohne daß ein Bedürfnis für die von ihnen produzierten Waren überhaupt vorhanden war oder aber ohne Rücksicht darauf, daß der von ihnen produzierte Artikel am Markte bereits übermäßig angeboten wurde. Wenn es einem Unternehmer einfallen würde, eine Unternehmung zu gründen, für welche obige ungünstige Bedingungen vorliegen, so könnte man auch dem kapitalistischen Unternehmen kein gutes Ende voraussagen, wenn in demselben nicht Kräfte vorhanden wären, die die oben geschilderten Mißstände kompensieren, ja sogar überkompensieren. Für den Unternehmer ist aber entscheidend eine Rentabilitätsrechnung; für die größte Zahl der Arbeiterproduktivgenossenschaften war das nicht der Fall. Die Kräfte, die die ungünstigen Wirkungen am Markte kompensieren, können bessere Produktionsbedingungen, Anwendung technischer Neuerungen, Reklame usf. sein, die es dem Unternehmer ermöglichen, seine Konkurrenten aus dem Felde zu schlagen. Dazu benötigt er neben organisatorischen Fähigkeiten vor allem Kapital. Das ist aber gerade eine

---

[1]) Dr. Hans Crüger: Die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften in den einzelnen Ländern. Jena 1892. S. 124.

weitere Schwäche der Arbeiterproduktivgenossenschaften. Die geringen Mittel, die die Genossen aufbringen konnten, reichten nie zur Anschaffung von Maschinen usw.; sie mußten sich somit von vorneherein auf handwerksmäßige Arbeit beschränken. Die Vorteile des Großbetriebes konnten sie für ihren Betrieb dadurch nicht in Anwendung bringen, ganz abgesehen davon, daß ihnen die Kenntnisse für erfolgreiche Organisation fehlten. Auch aus diesem Grunde hätte die Arbeiterproduktivgenossenschaft dem kapitalistischen Unternehmer gegenüber sich nie behaupten können.

Die Leitung des kapitalistischen Unternehmens liegt in der Hand des Unternehmers. Sein Wille bestimmt in der Unternehmung, er ist nur sich selbst verantwortlich. Dadurch erhält er die nötige Bewegungsfreiheit, die Produktion den vorhandenen Bedürfnissen entsprechend zu gestalten, günstige Einkaufsgelegenheiten wahrzunehmen, Absatzmöglichkeiten ausfindig zu machen und zu fördern. Es ist eben nicht so, wie es die Arbeiter sich vorstellten, daß der Unternehmer nichts weiter zu tun braucht als zu produzieren, die Ware auf den Markt werfen, alles andere würde sich von selbst regeln. Der Unternehmer muß sich für seine Tätigkeit durch sein Können qualifizieren. Denn wenn er zur Leitung des Unternehmens nicht in der Lage ist, so verliert er sein Kapital und scheidet damit als Unternehmer aus. Es ist also eine ganz natürliche Zuchtwahl, die hier durch das freie Spiel der Kräfte bewirkt wird.

Die Leitung der Arbeiterproduktivgenossenschaft wurde durch Wahl seitens der Genossen bestimmt. Wie viele Gefühls-, Stimmungs- und andere Beeinflussungsmöglichkeiten können dabei mitwirken, daß nicht der Tüchtigste unter den Genossen, sondern derjenige gewählt wurde, der es verstand, sich gerade beliebt zu machen. Aber auch wenn die Wahl wirklich den richtigen Mann getroffen hätte, so fehlt es ihm doch noch an der nötigen Bewegungsfreiheit, fehlt es weiter, wie die Beispiele lehren, an der Unterordnung unter den leitenden Willen. „Kein derartiges Unternehmen kann möglicherweise erfolgreich sein, wenn nicht die Funktion dis Leiters und der Arbeiter streng gesondert bleiben und diejenigen Aktionäre,

welche als Arbeiter tätig sind, sich auch bereit finden, sich einem Verwalter unterzuordnen, der ihm Diener ist." [1])

Wir haben bisher nur die Gründe aufgezeigt, warum die Arbeiterproduktivgenossenschaften notwendigerweise der kapitalistischen Unternehmung unterlegen sein müssen. In der Geschichte der Arbeiterproduktivgenossenschaften kennen wir aber Fälle, in denen es diesen gelang, der Schwierigkeiten Herr zu werden. Sie verloren jedoch dann meist den genossenschaftlichen Charakter und wandelten sich in kapitalistische Unternehmungen um. Der Grund hierfür ist darin zu sehen, daß bei der Genossenschaft der Erfolg der Arbeit auf die Genossen verteilt wurde. War nun eine Genossenschaft erfolgreich, konnte sie also an die Mitglieder Gewinne verteilen, so ist klar, daß diese umso größer waren, je weniger Mitglieder in der Genossenschaft vereinigt waren. Es entstand deshalb bei den Genossen der Wunsch, den Zutritt neuer Mitglieder möglichst zu verhindern. Teils erreichte man das durch Beiträge, die für den Arbeiter, der einer Genossenschaft beitreten wollte, unerschwinglich waren, teils durch Festsetzung einer Mitgliederhöchstzahl. Damit war man rechtlich bereits von der Genossenschaftsform abgewichen. Bis zur Umwandlung in eine Kapitalgesellschaft war ebenfalls nur mehr ein Schritt. Die Anstellung von gegen Lohn beschäftigten Arbeitern bildete in dieser Entwicklungskette zum kapitalistischen Unternehmen das letzte Glied.

Die Arbeiterproduktivgenossenschaft setzt viel zu sehr voraus, daß die Menschen in der Lage sind, egoistische Triebe zu unterdrücken und auf der Grundlage idealer Gesinnung zu leben. Was Beatrice Potter vom Genossenschaftsideal Robert Owens schreibt, „es war ein Ideal, zu dessen Verwirklichung es einer Wissenschaft bedurfte, welche noch nicht entstanden war, eines Charakters, der noch nicht gebildet war, wirtschaftlicher und rechtlicher Bedingungen, welche in den rein aristokratischen Gesellschaften Europas nirgends vorhanden waren" [2]), das darf

---

[1]) Jevons, zit. b. B. Potter: The Cooperative movement in Great Britain. 1891. Deutsch, Leipzig 1893. S. 51.

[2]) Beatrice Potter: Die Genossenschaftsbewegung in Groß-Britannien. Leipzig 1893. S. 25.

man wohl ohne Einschränkung auch für die Arbeiterproduktivgenossenschaften gelten lassen.

2. Die Konsumgenossenschaften.

Der Versuch der Arbeiter, durch Produktivgenossenschaften eine Besserung ihrer Lage herbeizuführen, war mißglückt. Und doch sehen wir heute in den Konsumgenossenschaften und ihren Eigenproduktionsbetrieben Unternehmungen, die hauptsächlich von den Arbeitern geschaffen, den Beweis erbringen, daß es den Arbeitern möglich ist, ihre eigenen Unternehmer zu werden.

Ist die Emanzipation des Arbeiters in dieser neuen Form nun tatsächlich möglich? Welche Richtung und welche Formen werden dabei die Eigenproduktionsbetriebe der Konsumgenossenschaften annehmen? Das ist die Problemstellung. Ihre Aktualität unter den veränderten politischen Verhältnissen der Nachkriegszeit hat August Müller sehr fein in seiner Einleitung zu der Übersetzung des Schlußteiles des Buches von S. & B. Webb gezeigt, „die Sozialisten wissen heute, daß mit der Eroberung der politischen Macht durch die sozialistischen Parteigänger noch gar nichts in Hinsicht auf das eigentlich wirtschaftliche Endziel erreicht ist. Die eigentliche Schwierigkeit beginnt erst dann, wenn die Versprechungen der Agitation erfüllt werden und die Segnungen des sozialistischen Ideals für die Gesamtheit verwirklicht werden sollen. Auf welche Weise sind dann die Wirtschaftskräfte und Wirtschaftsmittel dem Einfluß privatkapitalistischer Wirtschaftsimpulse zu entziehen und der sozialistischen Vorstellungsweit gemäß anzuwenden unter gleichzeitiger Erreichung der Überlegenheit, die sich die Sozialisten von ihrem System versprechen“.[1])

Wesentlich verschieden von den Arbeiterproduktivgenossenschaften ist die Konsumgenossenschaft darin, daß sie den Arbeiter nicht in seiner Eigenschaft als Produzent sondern als Konsument erfaßt. Nicht dadurch will

[1]) S. u. B. Webb: Die genossenschaftliche Gemeinwirtschaft. Übersetzt aus: Die Genossenschaftsbewegung der Konsumenten. Eingeleitet von Prof. August Müller. Halberstadt 1924. S. 14.

der Konsumverein zur Hebung der sozialen Lage der Arbeiter beitragen, daß er sie von der Herrschaft des Kapitals befreit, sie also in eine gegensätzliche Richtung zur kapitalistisch orientierten Wirschaft mit ihrer Tendenz zum Großbetrieb bringt, sondern dadurch, daß er die Kaufkraft des einzelnen Wirtschafters durch Verbilligung des Bezugs der täglichen Bedürfnisse stärkt.

Der Weg war gegeben, als nach manchen schlechten Erfahrungen, die nicht im Prinzip, sondern in der Organisation lagen, 1844 die Pioniere von Rochdale, 28 arme Flanellweber, die Grundlagen für ein System schufen, die noch heute für das Gedeihen der Konsumvereine als maßgebend anzusehen sind.

Die Grundsätze der Rochdaler Pioniere darf man wohl in folgenden Punkten zusammenfassen:

1. Die Konsumgenossenschaft ist offen für jedermann, der durch Übernahme eines kleinen Genossenschaftsanteils sich an der Konsumgenossenschaft beteiligen will. Jedes Mitglied hat ohne Rücksicht auf das von ihm eingelegte Kapital in der Mitgliederversammlung nur eine Stimme.
2. Für die von den Konsumgenossenschaften abgegebenen Waren herrscht das unbedingte Prinzip der Barzahlung.
3. Die Gewinnverteilung erfolgt nicht nach der Höhe des Kapitals, sondern nach der Höhe des Umsatzes bei der Konsumgenossenschaft.
4. Die Arbeiter und Angestellten sollen ohne Einfluß auf die Verwaltung und Leitung und ohne Gewinnbeteiligung sein.

In der Möglichkeit des Beitritts zum Konsumverein unterscheiden sich die Konsumgenossenschaften vor allem von den Arbeiterproduktivgenossenschaften, die, wenn sie schon florierten, aus ganz natürlichen Gründen sich gegen den Zuwachs neuer Mitglieder abschlossen.

Mit der Erhöhung der Mitglieder steigt der Umsatz, wird die Macht des Konsumvereins durch seine Nachfrage auf dem Markte eine größere. Das bedeutet für den Einkauf eine Preisermäßigung, Verbilligung der Transportspesen und der Unkosten pro Einheit im Verkauf.

Da der Konsumverein grundsätzlich nur den Bedarf befriedigen will im Gegensatz zum Privatunternehmer, der ihn weckt, fallen bei dem Konsumverein die Kosten für Reklame, teure Lage des Ladens, Beleuchtung, bessere Verpackung usf. weg Nach Riehn[1]) betragen diese Spesen bei den Konsumvereinen durchschnittlich 0.15 — 1 % des Umsatzes, während Riehn einem Artikel von Dr. Paul Ernst in Band XVI. der „Zukunft" entnimmt, daß die Kleinhändler mit einem Spesensatz von ca. 12 % des Umsatzes für Miete und einem solchen von 1 % für Beleuchtung rechnen. Alle diese Vorteile machen sich umsomehr geltend, je größer die Mitgliederzahl bezw. der Umsatz der Mitglieder dem Konsumverein die Vorteile großbetrieblicher Entwicklung zugute kommen läßt. Eine Abschließungstendenz ist also im Gegensatz zur Arbeiterproduktivgenossenschaft nicht im Interesse der bereits organisierten Konsumenten gelegen. Das maßgebende Prinzip der wirtschaftlichen Arbeit, Verminderung der toten Kosten und zwar sowohl bei der Produktion wie bei der Konsumtion wird also durch die Konsumvereine gewahrt. Die Konzentration bedeutet billigere Arbeit, günstigeren Einkauf, bessere Bedingungen bei Einkauf, Lagerung und Zahlung.

Mit der Durchführung des gleichen Stimmrechts ohne Rücksicht auf die Kapitalseinlage unterscheiden sich die Konsumgenossenschaften von den privaten Kapitalbetrieben. Hier wird nicht nur Kapital associiert, sondern die Menschen. Es ist ein typisch demokratischer Zug mit seinen Vorteilen und Gefahren. Besonders wenn es Leuten an der Erreichung eines Zieles gelegen ist, wird es leichter halten, die Masse, der ein eigenes Urteil abgeht, zu überreden. Das Kapital nimmt eine dienende Stellung ein, es wird als Produktionsfaktor entlohnt.

Die Barzahlung erhöht die Vorteile der Konzentration des Bedarfs wesentlich durch Zinsersparnis, Wegfall des Risikos beim Borgsystem usf. Die Entnahme von Waren auf Borg hat zur Folge, daß nach der Lohnzahlung kein Pfennig mehr vorhanden ist, das Borgen

[1]) Reinhold Riehn: Das Konsumvereinswesen in Deutschland. Stuttgart 1902. S. 40.

muß sofort von Neuem beginnen. Wenn es dem Verbraucher recht leicht gemacht wird, Waren auf Borg zu erhalten, dann entsteht ohne weiteres die Neigung, sich Waren aufhängen zu lassen, die überhaupt nicht gebraucht werden oder nicht in der Menge oder erst in einer späteren Zeit. Immer tiefer und tiefer sinken die Familien in den Abgrund der wirtschaftlichen Unfreiheit. Das Borgwesen wirkt preiserhöhend durch Zinsen und unvermeidliche Ausfälle. Diese müssen natürlich einkalkuliert werden. Es ist falsches Mitleid, wenn man glaubt infolge schlechter Arbeitsverhältnisse komme man ohne Borgen nicht aus. Nachdem eine gewisse Höhe erreicht ist, muß doch wieder Barzahlung erfolgen. Mit dem Borgsystem verbunden ist die schwere Kontrollierbarkeit der Läger, Unterschleife lassen sich leichter verdecken und bewerkstelligen. Die Verteilung des Gewinnes entsprechend der Höhe des Umsatzes war im System der Pioniere das entscheidend Neue. Ohne von dem egoistischen Trieb des Menschen zu verlangen, Idealen etwas zu opfern, braucht er nur seinen Bedarf im Konsumgenossenschaftsladen zu decken. Je größer sein Umsatz, desto mehr wird er am Schluß einer Betriebsperiode an Rückvergütung bekommen. Aus einem „vielköpfigen, dividendenhungrigen Krämer[1], was die ersten Konsumvereine mit Verteilung des Gewinns nach Kapitaleinlagen waren, war eine Konsumentenorganisation von nicht zu leugnender wirtschaftlicher Bedeutung geworden. Wäre man bei der Verteilung des Gewinns nach der Kapitaleinlage geblieben, so ist klar, daß ein Zuwachs an Mitgliedern die Gewinnquote geschmälert, die Tendenz zur Abschließung gegeben und damit der Konsumgenossenschaft der Keim der Lebensfähigkeit entzogen worden wäre. Erübrigt wird die Rückvergütung dadurch, daß die Konsumgenossenschaften infolge ihres größeren Bedarfs billiger einkaufen können und daher bei ihren geringeren Unkosten in der Lage wären, billiger zu verkaufen. Sie richten sich jedoch in ihren Verkaufspreisen nach den üblichen Tagespreisen. Die Spanne, die sich dabei ergibt, dient dazu, Abschreibungen vorzu-

[1]) Reinhold Riehn: Das Konsumvereinswesen in Deutschland. Stuttgart 1902. S. 10.

nehmen, Reserven zurückzulegen und die Rückvergütung zu erübrigen.

Die schlimmen Erfahrungen über die Mitregierung der Arbeiter in den Arbeiterproduktivgenossenschaften sowie die Erkenntnis, daß die Konsumgenossenschaften der Konsumenten wegen errichtet sind, bewirkte die grundsätzliche Ausschließung der Arbeiter und Angestellten von der Verwaltung. „Die Arbeiter der Konsumvereine sind reine Lohnarbeiter, den anderen Arbeitern kapitalistischer Betriebe gegenüber höchstens durch einige bessere Arbeitsbedingungen bevorzugt[1]).

Daß die Konsumvereine rationeller wirtschaften als bestehende Formen kapitalistischer Warenvermittlung, deren Funktion sie für einen Teil der Bevölkerung übernahmen, ist letzten Endes die Ursache ihres Erfolges. Und nur soweit wird es der Konsumgenossenschaftsbewegung gelingen, kapitalistische Wirtschaftsformen zu ersetzen und deren Funktionen zu übernehmen. Riehn sieht die volkswirschaftliche Seite der Konsumvereine gerade in einer Ausschaltung des Zwischenhandels durch den organisierten Ein- und Verkauf der Konsumenten. Seine soziale Seite sei das Ersparen von Einkommensteilen, also Erhöhung des Realeinkommens.[2])

Erfolge der Konsumvereinsbewegung.

Die größte Zahl der deutschen Konsumsvereine — ca. 5/6 — ist im Zentralverband deutscher Konsumvereine organisiert. Dieser umfaßte

1925 1110 Konsumvereinsgenossenschaften mit einer Mitgliederzahl von 3 382 011

1914 betrug die Zahl der angeschlossenen Konsumgenossenschaften 1109 mit einer Mitgliederzahl von 1 717 519

Die geringe Zunahme von Genossenschaften im Jahre 1925 gegenüber 1914 ist auf die Tendenz des Zusammen-

---

[1]) Paul Göhre: Die deutschen Arbeiterkonsumvereine. Berlin 1910.

[2]) Riehn: a. a. O. Einleitung.

schlusses kleiner Vereine zu größeren bezw. des Anschlusses kleiner Vereine an größere zurückzuführen, die vom Zentralverband gefördert wird.

Der Umsatz der Konsumvereine ist auf ℳ 616188362.— i. J. 1925 gegenüber einem solchen von ℳ 486419059.— Ende 1914 gestiegen.

Die Zahl der Verkaufsstellen erhöhte sich von 5108 i. J. 1914 auf 8500 1925. Die Durchschnittszahl der Mitglieder pro Genossenschaft stieg von 1560 1914 auf 3218 1925, was einem Durchschnittsumsatz pro Verein von ℳ 448312 1914 und einem solchen von ℳ 586288 1925 entspricht. Der Durchschnittsumsatz pro Verkaufsstelle sank von ℳ 95227 1914 auf ℳ 72492 1925. In dieser Zahl kommt die durch Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit gesunkene Kaufkraft der Mitglieder umso deutlicher zum Ausdruck, als die Preise der Waren sich gegenüber 1914 wesentlich höher stellen.

Eine zweite Zentralorganisation für Konsumvereine stellt der Reichsverband deutscher Konsumvereine mit dem Sitz in Köln dar. Die Zahl der bei ihm organisierten Vereine betrug 1925 319 mit einem Mitgliederstand von 718934, 1914 185 Vereine mit 177358 Mitgliedern. Der Umsatz der Konsumvereine erreichte 1925 ℳ 117325835 gegenüber ℳ 51715705 im Jahre 1914.

Die Mitgliederzahl aller deutschen Konsumvereine inkl. derjenigen Vereine, die keiner Zentralorganisation angeschlossen sind, schätzt H. Kaufmann Ende 1925 auf 4,2 Millionen. Rechnet man pro Mitgliederhaushalt durchschnittlich 4 Personen, so ist in Deutschland ein Viertel der Bevölkerung konsumgenossenschaftlich organisiert.

Prof. Charles Gide schätzt die Zahl der Konsumgenossenschaften auf der ganzen Erde auf 80000 mit ca. 36 Millionen Mitgliedern. Auch hier pro Familie durchschnittlich 4 Personen gerechnet, ergibt eine konsumgenossenschaftlich organisierte Bevölkerung von über 140 Millionen.[1])

---

[1]) Reinhard Weber in den Sozialistischen Monatsheften Juni 1926. S. 410.

Die Bedeutung der Konsumvereine für die einkommenschwächeren Teile der Bevölkerung ergeben sich aus den Zahlen über den Reingewinn. Die den Mitgliedern 1914 rückvergüteten 36 Millionen ℳ stellen eine effektive Ersparung und Kaufkrafterhöhung dar, die bei einem Nichtbestehen der Konsumvereine dem übersetzten Zwischenhandel zugute gekommen wäre. Die ursprüngliche Veranlassung für die Gründung von Konsumgenossenschaften, nämlich durch Eliminierung des Händlerprofits den Lebensstandard zu erhöhen, sehen wir damit verwirklicht.

Verteilung des Reingewinns der Konsumvereine des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine.

	1914	1924	1925
Reingewinn	41 317 277	10 156 762	24 236 336
Zinsvergütung a. Guthaben der Mitglieder	650 412	155 400	294 012
Rückvergütung auf den Einkauf der Mitglieder	19 547 233	743 964	3 464 037
Reservefonds	1 718 708	1 574 998	2 200 843
Volksbildung u. wohltätige Zwecke	1 477 109	200 798	509 787
Hausbau u. Produktion	943 499	660 542	985 434
Zugesicherter Rabatt	16 356 295	5 373 153	16 590 631

Der Zentralverband deutscher Konsumvereine hatte 1914 rund 1,7 Millionen Mitglieder, sodaß sich pro Mitglied ca. 25 ℳ ergeben. Von eifrigen Genossenschaftsmitgliedern, die einen großen Teil ihres Bedarfs ausschließlich im Konsumgenossenschaftsladen decken, werden aber Rückvergütungen in Höhe bis zu 60 und 70 ℳ erzielt. Den vor dem Krieg auf 41 Millionen ℳ gestiegenen Reingewinn der Konsumvereine sehen wir durch die Wirkungen der Inflation auf 10 Millionen ℳ zurückfallen. Aber schon der steigende Gewinn für 1925 beweist die Lebenskraft der Konsumvereine. Die geringe Höhe des

Gesellschaftsguthabens pro Mitglied, die jedem den Beitritt zum Konsumverein ermöglichen soll, kommt auch in den geringen Beiträgen für die Zinsvergütung auf diese Geschäftsguthaben zum Ausdruck. Den Beträgen unter der Rubrik „Rückvergütung an Mitglieder" muß noch die Summe unter der Rubrik „Zugesicherter Rabatt" zugezählt werden, um den ganzen, den Mitgliedern finanziell erwachsenden Vorteil zu sehen. Der „zugesicherte Rabatt" ist nur eine Form der Rückvergütung aus erübrigten Ersparnissen, die aus steuertechnischen Rücksichten eingeführt wurde.

3. Die Wareneinkaufzentrale, der Konsumverein der Konsumvereine.

So groß auch der Bedarf eines Konsumvereins oder Bezirkskonsumvereins sein mag, am Markte ist seine Nachfrage nur ein winziger Bruchteil des allgemeinen Bedarfs. Die Idee, die Nachfrage der einzelnen Konsumgenossenschaften zusammenzufassen, führte deshalb bald dazu, eine Großeinkaufsgesellschaft, einen „Konsumverein der Konsumvereine" zu gründen. Nach verschiedenen fehlgeschlagenen Versuchen in dieser Richtung, so 1865 in Mannheim, dann Anfang der 90er Jahre in Bremen wird 1893 die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine m. b. H. in Hamburg gegründet bezw. am 1. April 1894 eröffnet. Bei der Großeinkaufsgesellschaft sind Gesellschafter nicht die einzelnen Mitglieder oder Personen, sondern die Konsumvereine. Unterstützt und gefördert wurde die Gründung anfangs hauptsächlich durch sächsische Arbeiterkonsumvereine. Volle Entwicklungsmöglichkeit für die Großeinkaufsgesellschaft und die ihr angeschlossenen Konsumvereine war aber erst gegeben, als der Austritt bezw. die Ausschließung von Konsumvereinen und der Großeinkaufsgesellschaft aus dem „Allgemeinen Verband" 1902 [1]) zu Kreuznach und die daran anschließende Gründung des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 1903 der Entfaltung der Kräfte freien Spielraum ließ.

---

[1]) Allgemeiner Verband der Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften.

„Die außerordentlich zielbewußte Politik dieser Organisation — Großeinkaufsgesellschaft — geht zwei Wege zu gleicher Zeit: Konzentration des Bedarfs in einer Spitze und Erringung des Prinzipats des Konsums über die Produktion"[1]). Wie bei dem einzelnen Konsumverein die Basis der Eigenproduktion die Organisation des Konsums ist, denn nur für gesicherten Absatz soll diese Produktion erfolgen, so ist für die Eigenproduktion der Großeinkaufsgesellschaft die Erfassung des Bedarfs möglichst aller Konsumvereine notwendig. Diese Möglichkeit schafft sich die Großeinkaufsgesellschaft durch die Einrichtung sogenannter Einkaufsvereinigungen; das ist die Zusammenfassung aller in einem größeren geographischen Bezirk gelegenen Konsumvereine. Sie erscheinen auf den für diese Bezirke angesetzten Einkaufstagen, auf denen nur noch der Vertreter der Großeinkaufsgesellschaft mit seinen Mustern persönlich erscheinen darf. Privatfirmen können nur durch schriftlichen Offert mitkonkurrieren. Göhre nennt die Einkaufsvereinigungen ganz offen Filialen der Großeinkaufsgesellschaft. Neben der Organisation des Einkaufs ist die schnelle Belieferung der Konsumvereine seitens der Großeinkaufsgesellschaft mit Waren wichtig. Diesem Zweck dienen die Läger der Großeinkaufsgesellschaft, die ebenfalls über Deutschland verteilt sind. Ihre Bedeutung wächst mit der Ausgestaltung der Eigenproduktion, für die sie im zunehmenden Maße Stützpunkte werden.

Die auf den Einkaufstagen der einzelnen Gebiete bei der Großeinkaufsgesellschaft zusammenlaufenden Bestellungen bedeuten eine ganz straffe Zentralisation der Nachfrage in den Händen einer Spitze. Als Großeinkäufer ersten Ranges kann sie nun die Bedingungen in Bezug auf Qualität und Preis stellen, die zu einem wesentlichen Vorteil werden für die angeschlossenen Konsumgenossenschaften. Die pekuniären Vorteile der Bedarfskonzentration ergeben sich, um nur ein Beispiel zu nennen, beim Abschluß mit Zuckerfabriken durch die Großeinkaufsgesellschaft. Diese steht mit Zuckerfabriken in allen Teilen

---

[1]) Wygodzinski W.: Das Genossenschaftswesen in Deutschland. Leipzig 1911. S. 212

des Reichs in Verbindung. Die Vereine melden im Voraus ihren Bedarf sowie die von ihnen gewöhnlich geführten Marken an, worauf die Zentrale bezirksweise bei den geographisch am günstigsten gelegenen Fabriken Abschlüsse macht, hiebei als Großkäufer die vom Kartell festgesetzten Vorzugspreise genießt und später die Verteilung und Berechnung vornimmt. So hat der kleinste Verein den billigsten Preis und kann dennoch im Laufe des Monats ganz nach Belieben seinen Bedarf von der Fabrik abheben.[1])

Ein von der Großeinkaufsgesellschaft in regelmäßigen Zwischenräumen an die Konsumvereine gehender Marktbericht mit Hinweisen auf günstige oder ungünstige Einkaufslage sorgt für den nötigen Konnex zwischen Konsumvereinen und Großeinkaufsgrsellschaft.

Der Umsatz der Großeinkaufsgesellschaft betrug:

1910	ℳ	88 669 649.—
1914	ℳ	158 524 040.—
1924	ℳ	168 466 279.—
1925	ℳ	228 169 471.—

Die Konsumgenossenschaften beteiligten sich daran

1914 . . mit ℳ 144 584 469.—
1924 . . mit ℳ 90 479 598.—
1925 stieg der
Umsatz bereits wieder auf ℳ 164 532 675.—

4. Die Verlagsgesellschaft.

Für die konsumgenossenschaftliche Literatur und Presse sowie für den Bedarf an Drucksachen, Papierwaren usf. ist die Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine zuständig. Ihr Wirkungsbereich erstreckt sich nach § 2 der Satzungen auf die Herausgabe und den Verlag von Jahrbüchern, Zeitungen und sonstigen Literaturerzeugnissen, den Betrieb von Buch- und Steindruckereien, Buchbindereien, Papierwarenfabriken, Handel mit Büchern, Geschäftsbüchern, Drucksachen, Papier, Papierwaren, Kontoreinrichtungen und Kontorutensilien, Vermittlung von Versicherungsgeschäften aller Art.

---

[1]) Reinhold Riehn: Das Konsumvereinswesen in Deutschland. Stuttgart und Berlin 1902. S. 43.

Die Wichtigkeit dieser Abteilung wird am besten klar aus der Tatsache, daß die Verlagsgesellschaft die „konsumgenossenschaftliche Korrespondenz" verlegt, die der Verbreitung konsumgenossenschaftlicher Ideen durch die Tages- und Gewerkschaftspresse dient. Ferner erscheint bei ihr auch die „Konsumgenossenschaftliche Rundschau" mit einer Auflage von ca. 18000 Stück und das „Konsumgenossenschaftliche Volksblatt" mit einer Auflage von ca. 810000 Exemplaren. Damit ist sie in gewissem Sinne verantwortlich für die Aufklärung und Förderung genossenschaftlichen Geistes, dessen Beeinflussung von größter Tragweite für den Ausbau der ganzen Bewegung ist. „Die Erfahrung hat gelehrt, daß dort, wo Aufklärung durch die konsumgenossenschaftlichen Blätter erfolgte, die Umsatzergebnisse als erfreulich bezeichnet werden können." [1])

Das Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine ist die bedeutendste Veröffentlichung der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung. Es wird im Auftrag des Vorstandes des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine herausgegeben. Es gibt ein Spiegelbild der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung.

Die Papierwaren, wie Düten, Eigenpackungen usf. werden in eigenen Betrieben maschinenmäßig hergestellt. Die Verlagsgesellschaft muß es aus ihrem Prinzip, vorbildliche Arbeits- und Lohnbedingungen zu schaffen und auf die mit ihr in Verbindung stehenden Betriebe einzuwirken, ablehnen, die Arbeit von Gefängnissen, die die Lohnforderungen der Arbeitnehmer zu drücken geeignet sind, zu vertreiben.

Nachstehend geben wir einen Überblick über den Gesamtumsatz der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine.

	1925	1924	1914
Druckerei und Papierwarenfabrikation .	5 251 272 ℳ	3 171 616 ℳ	3 390 501 ℳ
Versicherungsabteilung	2 392 532 ℳ	2 390 582 ℳ	727 744 ℳ
Elektrizitätswerk . .	62 546 ℳ	47 730 ℳ	104 174 ℳ
	7 706 350 ℳ	5 609 928 ℳ	4 222 419 ℳ

[1]) Jahrbuch des Zentralverbandes 1926, Bd. I, S. 125.

Das Mehrergebnis gegenüber 1924 ist der Druckerei und Papierwarenfabrik zuzuschreiben, deren stärkere Beschäftigung das Ergebnis bedingten.

Bei der Versicherungsabteilung stellt sich der Umsatz anteilig auf

ℳ 843 470 Versicherung für Konsumvereinsobjekte und
ℳ 1 549 062 Versicherung der Konsumvereinsmitglieder
ℳ 2 392 532.

Die Versicherungsabteilung des Verlags zerfällt in Allgemeine Versicherung der Genossenschaften, Feuerversicherung der Mitglieder, Unterstützungskasse und Pferdegilde.

Im Mai 1925 wurde von 33 Konsumvereinen, der Großeinkaufsgesellschaft und Verlagsgesellschaft die Feuer- und Sachversicherungs-Aktiengesellschaft „Selbsthilfe" gegründet. Es ist dies ein neuer Zweig, den wir im weiteren Sinne zu den Eigenproduktionsbetrieben rechnen dürfen.

Neben dieser Versicherungsgesellschaft besteht noch die „Volksfürsorge", gewerkschaftlich-genossenschaftliche Versicherungsaktiengesellschaft in Hamburg, welche am 1. Juli 1913 ihren Betrieb eröffnete. Der Zentralverband deutscher Konsumvereine ist an deren Errichtung mit den freien Gewerkschaften zu gleichen Teilen beteiligt. Durch die „Volksfürsorge" soll das Volks- bezw. Lebensversicherungswesen genossenschaftlich bezw. gemeinnützig organisiert werden Sie hatte 1913 70125 Policen mit 12912968 ℳ Versicherungssumme, im Jh 1925 553419 Policen mit 12912968 ℳ Versicherungssumme. Die für die Kapitalsanlagen bestimmten Prämiengelder — 1913 1 080 492 ℳ; 1925 7 696 745 ℳ — wurden wirtschaftlichen Unternehmungen (Konsumgenossenschaften, Bau- und Siedlungsgenossenschaften usf.) in Form erststelliger Goldhypotheken zur Verfügung gestellt.

Im Versicherungswesen können wir somit zwei Spitzen unterscheiden. Für das Lebensversicherungswesen die „Volksfürsorge", gewerkschaftlich-genossenschaftliche Versicherungsaktiengesellschaft; für das Sachversicherungswesen, insbesondere Feuerversicherungswesen die „Selbsthilfe", Feuer- und Sachversicherungs-Aktiengesellschaft.

Die Versicherungsabteilung der Verlagsgesellschaft hatte gewissermaßen die Aufgabe, die Vorarbeiten für die Errichtung der Feuer- und Sachversicherungs-Aktiengesellschaft zu leisten. Diese Vorarbeiten leistete sie, indem sie die Versicherungen der Konsumgenossenschaften organisierte und einen ausreichenden Bestand an Versicherungen schuf. Sie war mit einer Reihe von Versicherungsgesellschaften in Verbindung und übte, nachdem sie auch die Versicherung der Mitglieder organisierte, in weitgehendem Umfange die Funktionen einer Generalagentur aus. Da die Versicherungsabteilung der Verlagsgesellschaft deutscher Konsumvereine eine bisher umfangreiche geschäftliche und organisatorische Tätigkeit ausgeübt hat, soll sie, wie dem Jahresbericht[1]) zu entnehmen ist, als Generalagentur des neuen Unternehmens bestehen bleiben.

B. Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion.

1. Die Eigenproduktion bei den Konsumvereinen.

Auf der Grundlage des organisierten Konsums für eine unter gleichen Einkommensverhältnissen und gleichen Bedürfnissen lebende Bevölkerung bauen sich die Eigenproduktionsbetriebe der Konsumvereine auf. Die Produktion erfolgt somit nicht für den Markt, auf dem in Konkurrenz mit der kapitalistischen Produktion der Abnehmer gefunden werden soll, sondern für organisierten Bedarf. Dieser Bedarf wird auf Grund des Umsatzes in den Konsumvereinen festgestellt und erst dann, wenn die Höhe des Umsatzes in verschiedenen Waren eine gleichmäßig hohe Nachfrage als sicher voraussetzt, wenn die Möglichkeit der Massenfabrikation gegeben ist, dann wird man sich dazu entschließen, mit der Eigenproduktion zu beginnen. Die organische Entwicklung liegt im Gegensatz zu den Arbeiterproduktivgenossenschaften klar.

Die Mittel zur Eigenproduktion gewinnen die Konsumvereine, wie wir in der Tabelle sahen, teils durch Rück-

[1]) Jahrbuch des Zentralverbandes der K.-V. 1926, Bd. I, S. 130.

lagen und Reserven, die sie aus ihrem Reingewinn abzweigen oder aber durch Erhöhung des Geschäftsanteils.

Bei der Eigenproduktion der Konsumvereine haben wir es also mit Produktivabteilungen der Konsumvereine zu tun, die für den Bedarf der organisierten Mitglieder, nicht für den Markt die Produktion von Artikeln des Massenbedarfs vornehmen. Der Betrieb besteht nicht selbständig neben dem Konsumverein, sondern ist als Abteilung der allgemeinen Geschäftsleitung untergeordnet. Die Arbeiter der Produktivabteilung haben ebensowenig wie die Angestellten der Verteilungsstellen weder auf die Leitung noch Verwaltung einen Einfluß, noch sind sie am Ergebnis beteiligt. Der Überschuß bei der Produktion bezw. der Überschuß aus dem Erlös der Produktion wird ebenfalls demokratisiert und von den Konsumvereinen nach Einbehaltung eines gewissen Satzes für Neuerungen, nach dem Umsatz an die Mitglieder verteilt.

So kann man die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion als konsequente Durchführung des Gedankens ansehen, den Profit von Händler und Unternehmer zu eliminieren.

Der XI. Internationale Genossenschaftskongreß, der 1924 in Gent tagte, faßte die Prinzipien der konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktion in folgenden Richtlinien zusammen: Der Ausbau der Eigenproduktion erhöht und erhält die wirtschaftliche Stärke der Konsumgenossenschaft und muß daher mit allen Kräften gefördert werden. In das Gebiet der Eigenproduktion der Konsumvereine gehören vor allem Bäckerei, Mühle, Schlachterei und Landwirtschaft, in gewissem Umfang und zu gegebenen Voraussetzungen: Bekleidungsgegenstände und Möbelfabriken. Als Voraussetzung der Eigenproduktion werden genannt: 1. genügende Mitgliederzahl und 2. eigenes Kapital. Notwendig sei ferner, daß der zu errichtende Fabrikationsbetrieb mit allen Einrichtungen moderner Technik ausgestattet werden kann. Die Schaffung von Zwergbetrieben liege nicht im Interesse der Genossenschaftsbewegung. Die Ausdehnung der Eigenproduktion der Konsumgenossenschaft findet ihre natürliche Grenze in der Bedarfsdeckung für die ihr angeschlossenen Mitglieder. Die Produktion,

die über den Rahmen der Bedarfsdeckung der Mitglieder eines Konsumvereins hinausgehe, sei Angelegenheit der Zentralorganisation der Konsumgenossenschaften. Typ- oder Standard-Artikel, die für ein ganzes Land einheitlich angefertigt werden können oder solche Waren, die nur in ganz großem Umfang rationell hergestellt werden können, bleiben zweckmäßig solchen Zentralorganisationen überlassen.

Wir haben also zwei Richtungen konsumgenossenschaftlicher Eigenproduktion zu unterscheiden, die der Konsumvereine und die der Zentralorganisation. Die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine G. m. b. H. Hamburg ist die Zentralproduktionsstelle für die dem Zentralverband deutscher Konsumvereine (Hamburg) angeschlossenen Konsumgenossenschaften. Der Reichsverband deutscher Konsumvereine hat sich als Zentralorgasation die Großeinkaufs- und Produktionsaktiengesellschaft deutscher Konsumvereine mit dem Sitz in Köln geschafft.

In der nachstehenden Tabelle geben wir einen zahlenmäßigen Überblick über den Stand der Eigenproduktion in den Konsumvereinen. Zur besseren Orientierung fügen wir die Zahlen über den Gesamtumsatz der Konsumvereine bei sowie eine Berechnung über die Höhe der Eigenproduktion pro Mitglied.

I. Eigenproduktion der Konsumvereine des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine:

	1914	1924	1925
	ℳ	ℳ	ℳ
Verkaufserlös aus selbstproduzierten Waren	106 389 789	90 068 346	160 630 841
Umsatz im eigenen Geschäft	492 980 519	380 673 618	616 188 362
Eigenproduktion in %	21,6	23,7	26,1
Eigenproduktion im Durchschnitt pro Mitglied	ℳ 62	ℳ 26	ℳ 47

II. Eigenproduktion der Konsumvereine des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine:

	1914	1924	1925
	ℳ	ℳ	ℳ
Verkaufserlös aus selbstproduzierten Waren	4 666 967	9 016 531	14 925 510
Umsatz im eigenen Geschäft	51 715 705	100 405 321	117 325 835
Eigenproduktion in % des Umsatzes . . .	10,3	8	13
Eigenproduktion pro Mitglied im Durchschnitt	ℳ 26	ℳ 12	ℳ 20

Von der Eigenproduktion der Konsumvereine des Zentralverbandes in Höhe von 160 Millionen ℳ entfallen allein auf Bäckereibetriebe 104 124 371 ℳ = 64 8 % — und auf Fleischereibetriebe 34 142 184 ℳ = 21.3 %. Der geringe Rest verteilt sich auf die Herstellung von Limonaden, Kaffeeröſterei — Sauerkraut — Mosterei — u. ä. Güter.

Der Bäckereibetrieb war auch die ursprüngliche Form, unter der die Eigenproduktion bei den Konsumvereinen Eingang gefunden hat. Bedingung für seine Inangriffnahme ist, daß die nötigen Voraussetzungen, wie genügende Mitgliederzahl, die zum Brotbezug bereit ist, eigenes Kapital usw. gegeben sind. Meist kommt noch hinzu, daß die Mitglieder über schlechte Beschaffenheit des Brotes vom Bäcker, über Gewichtsmanko u. a. zu klagen haben und auf die Errichtung des Eigenbetriebes drängen. Brot ist als Nahrungsmittel Massenbedarfsgut, das mit kleinen Variationen, die der Geschmack verlangen mag, sich vorzüglich zur Herstellung im Großbetrieb eignet. Technisch vollendete Betriebsanlagen in Verbindung mit Massenproduktion geben dem Konsumvereinsbetrieb eine große Überlegenheit über den privaten Bäckereibetrieb. Hygienische Einrichtungen sorgen für einwandfreie Produktion, die oft in den kleinen Privatbetrieben zu vermissen ist. Die Vorteile großbetrieblicher Produktion machen sich in einer

bedeutenden Verbilligung geltend, die sich wieder in der Höhe der Rückvergütung ausdrückt. Die Steigerung der Leistungsfähigkeit durch Maschinenverwendung ist auch beim Bäckereibetrieb eine ganz enorme. Die Jahresleistung eines Bäckereiarbeiters in einem mittleren Bäckereibetrieb beträgt ca. 10 000 Mark. In den genossenschaftlichen Bäckereibetrieben betrug die Durchschnittsproduktion der Arbeiter infolge der Verwendung von Maschinen und maschinenmäßig betriebenen Backofenanlagen im Jahre 1907 bereits 24 400 Mark [1].

Die Schwierigkeit, die die Brotverteilung an die zerstreut liegenden Verkaufsstellen bietet bezw. geboten hat, dürfte mit der Ausgestaltung der motorischen Verkehrsmittel und ihrer Verbilligung, auf ein erdenkliches Mindestmaß zurückgegangen sein. Die Verteilung des Brotes ist nicht an bestimmte Tagesstunden gebunden, sodaß auch hinsichtlich der Versorgung der Verteilungsstellen von der Produktionsstätte aus sich keine hindernden Momente ergeben.

Dagegen bietet die Verteilung von Weißgebäck mit der zunehmenden Betriebszentralisierung bezw. Dezentralisierung der Verteilungsstellen ziemliche Schwierigkeiten. Es ist dies jedoch nicht nur eine Erscheinung, die für den Konsumverein gilt, sondern für jeden Bäckereigroßbetrieb Geltung hat. In der Jubiläumsschrift der „Konsumgenossenschaft Berlin und Umgebung und ihre Vorläufer“ schreibt der Verfasser: „Eine allgemein größere Nachfrage nach Weißgebäck und Kuchenwaren trat zutage. Wir stellten uns dementsprechend um, konnten im allgemeinen Weißgebäck und Kuchenwaren nicht in dem frischen Zustand nach unseren Abgabestellen liefern, wie dies dem Kleinbäckermeister, der diese Waren nur von der Backstube nach dem Laden zu bringen hat, möglich ist“ [2]. Besonders hinsichtlich des Frühstückgebäcks macht sich die dezentralisierte Lage des privaten Bäckereibetriebes günstig bemerkbar Mit Hilfe von Familienmitgliedern,

---

[1]) Konrad Goldschmidt: Bäckereigewerbe und Konsumvereine. Dissertation, Stuttgart 1910.

[2]) Paul Lange: Festschrift: Die Konsumgenossenschaft Berlin und Umgegend und ihre Vorläufer. Selbstverlag 1926. S. 140.

Gesellen usf. bewerkstelligen die Bäckermeister die Zustellung des Gebäcks, während die Konsumvereine bezahlte Ausgeher nehmen müßten. Gerade in Deutschland sei das Publikum in dieser Hinsicht sehr verwöhnt. Die Hamburger Konsumgenossenschaft „Produktion“ berechnet die Verteilungsspesen für Frühstücksgebäck auf 20%, Madeburg-Neustadt gibt 15% an, Leipzig-Plagwitz lehnt die Lieferung der hohen Spesen wegen nach entfernten Vororten ab.

Die Verbilligung von Weißgebäck bezw. Brot durch fabrikmäßige Herstellung wird selbst bei weiterer Verbesserung der Transportmittel infolge der zentralisierten Lage des Bäckereibetriebes auf Hindernisse stoßen. Mit zunehmender Ausdehnung der Verteilungsstellen über ein ganzes Stadtgebiet beanspruchen eben die Transportspesen einen so wesentlichen Teil der Produktionskosten, daß die Vorteile zentraler Produktion durch die Transportkosten absorbiert werden. Der Wirksamkeit des Standortsproblems ist es auch zuzuschreiben, warum sich neben modernen kapitalistischen Betrieben in der Wirtschaft noch immer alle Formen früherer Wirtschaftsweise halten und behaupten können.

Der Fleischereibetrieb ist, wie sich aus der Tabelle ergibt, im Verhältnis zu den organisierten Mitgliedern relativ gering verbreitet. Seine Inbetriebnahme ist mit ziemlichen Schwierigkeiten verbunden, die nur große mitgliederreiche Vereine, die auch das nötige Kapital haben, überwinden können. Daß aber auch bei solchen Vereinen der Erfolg ausbleiben kann, bestätigt Lexis von dem Breslauer Konsumverein, der einen großen Teil der Bevölkerung umfaßt Er berichtet zunächst über die Erfolge des Vereins in der Bäckerei und fährt dann fort: „dagegen gelang es auch diesem so wohl organisiertem Verein nicht, eine eigene Schlächterei mit Erfolg zu betreiben“ [1]). Die im Konsumverein organisierte Bevölkerung ist, was ihre Einkommensverhältnisse anlangt, ziemlich gleichartig. Die Nachfrage nach Fleisch richtet sich auf qualitativ ziemlich gleichartige Stücke, sodaß besonders teure Stücke weniger

---

[1]) W. Lexis: Schriften des Vereins für Sozialpolitik XXXVII. 2. Heft 1888. „Der Breslauer Konsumverein und die Kleinhandelspreise.

begehrt werden. Die Schwierigkeit fällt beim privaten Metzgermeister weg, da seine Kundschaft sich meist aus den verschiedensten sozialen Schichten zusammensetzt. Außerdem macht sich geltend, daß der Privatmetzger leichter in der Lage ist, die Preise der Nachfrage in gewissem Rahmen so anzupassen, daß er alle Fleischsorten verkaufen kann. Bei der unerläßlichen Kontrolle, die für die Betriebe der Konsumvereine eingeführt sein muß, ergeben sich aus der Schwerfälligkeit einer zentralen Verwaltungsinstanz Schwierigkeiten, die nicht so leicht zu überwinden sind. Geschäftliche Tüchtigkeit im Verein mit der durch das Gewinnstreben geförderten individuellen Arbeit dürften Faktoren sein, die der besten Organisation überlegen bleiben. Daß der Frischfleischvertrieb an Kunden in Großbetriebform auch dem kapitalistischen Betrieb Schwierigkeiten bereitet, zeigt die Tatsache, daß Fleischerei-Großbetriebe ohne angegliederte Wurstfabrikation u. W. nur in geringer Zahl existieren. Anders ist die Lage da, wo es sich um importiertes Gefrierfleisch handelt. Importiert werden nur die großen Stücke, deren Qualität viel gleichmäßiger ist, da die Viehproduktion auf den großen überseeischen Farmen die Züchtung eines einheitlichen Viehschlages ermöglicht. Beim Vertrieb importierten Fleisches läßt sich deshalb eine einfachere und leichter durchführbare Kontrolle und Organisation bewerkstelligen. Tatsächlich gibt es auch für den Vertrieb von Importfleisch bereits Großbetriebe mit weitverzweigtem Filialsystem.

Die geringe Entwicklung des Schlächtereibetriebes in den Konsumvereinen ist also mehr ein Problem der Distribution, bei dem sich, was die Form anbetrifft, der Klein- bezw. Mittelbetrieb privater Unternehmer bisher dem Großbetrieb überlegen gezeigt hat.

Die Eigenproduktion des einzelnen Konsumvereins ist naturgemäß ziemlich beschränkt. Sie erstreckt sich und kann sich nur, wie auf dem XI. Internationalen Genossenschaftskongreß in den Richtlinien festgelegt wurde, auf den durch die Mitglieder gesicherten Absatz. Diesen Absatz gewährleisten jedoch wieder nur große Vereine. Um auch kleineren Vereinen die Vorteile großbetrieblicher Eigenproduktion zu ermöglichen, ist man auf den Ausweg

gekommen, daß diese Konsumvereine, wenn sie nahe beisammen liegen, gemeinsam Eigenproduktionsbetriebe unterhalten. So ist in Glasgow eine der größten, vielleicht auch die größte genossenschaftliche Bäckerei der Welt, deren Mitglieder nicht Personen, sondern einzelne Genossenschaften sind. Der Zentralverband deutscher Konsumvereine seinerseits fördert den Zusammenschluß solcher kleiner Konsumvereine, um aus der sich ergebenden Einheit einen finanziell und organisatorisch stärkeren Konsumverein zu erhalten. Dieser Zusammenschluß ist besonders vorteilhaft in dünn besiedelten Gegenden, wo man anstatt mehrerer kleiner Vereine einen großen Bezirkskonsumverein bildet, der den weitverzweigten Filialstellen den Vorteil großen Warenbezugs und vielleicht eines eigenen Produktionsbetriebes bietet. Aber auch für den Bezirkskonsumverein sind keine anderen Möglichkeiten gegeben, Eigenproduktionsbetriebe zu eröffnen, als für die Konsumvereine in den Städten.

Heinrich Kaufmann faßt auf dem Genossenschaftstag des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine Juni 1926 in München die Ergebnisse der Eigenproduktion der Konsumvereine folgendermaßen zusammen „Unsere Eigenproduktion belief sich im letzten Friedensjahr auf 104 Millionen Mark, 1925 auf 160 Millionen Mark. Hier scheint das Verhältnis etwas günstiger zu sein, ist es aber in Wirklichkeit nicht. Denn im letzten Friedensjahr besaßen unsere Konsumgenossenschaften fast ausschließlich Bäckereien. Der Bäckereiumsatz in unseren Genossenschaften betrug aber trotz der 40 oder 50 Prozent höheren Brotpreise im letzten Jahr auch nur 104 Millionen Mark, also nicht mehr, als der Umsatz im letzten Friedensjahr, während auf die Fleischereien 34 Millionen Mark entfielen"[1]).

2. Die Eigenproduktion bei den Großeinkaufsgesellschaften.

Auf der Grundlage der Organisation der Warenvermittlung durch die Großeinkaufsgesellschaft geht diese in den Gütern, die nicht durch lokale Eigenproduktion

---

[1]) Heinrich Kaufmann: Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine. Bd. II. S. 596. 1926.

hergestellt werden, zur Produktion im Eigenbetrieb über. Die Bedeutung liegt in einer Stärkung der Position der Konsumenten gegenüber den Produzenten sowie in einer Verbilligung der in Massenfabrikation hergestellten Artikel.

Die Macht, die die Großeinkaufsgesellschaft bezw. deren Produktionsbetriebe für die organisierten Konsumenten repräsentiert, kehrt am augenfälligsten aus den Jahresberichten der Verbände wieder, in denen über Kämpfe mit Organisationen privater Produzenten berichtet wird. Zur besseren Veranschaulichung möchten wir hier einige Beispiele zitieren. In England wurde 1906 ein Seifentrust errichtet zu dem Zwecke, die Preise zu erhöhen. Der mit einem riesigen Reklamefeldzug eingeleitete Versuch, den Plan des Trusts durchzuführen, scheitert, da der Trust in 4 Wochen so viel Abnehmer verliert, daß er sich wieder auflösen muß. Dieser sein Mißerfolg wird vor allem der englischen Großeinkaufsgesellschaft und ihrer ablehnenden Haltung zugeschrieben, die durch ihre eigene Seifenfabrik während der Kampfperiode die angegeschlossenen Konsumvereine mit Ware versehen konnte und damit deren Durchhalten bezw. Fallieren des Trusts bewirkte. Dänische Konsumvereine siegten über einen Zementring und bauten eine eigene Zementfabrik [1]). Der Basler Konsumverein als Zentrale der schweizerischen Konsumgenossenschaftsbewegung bezw. als deren Großeinkaufsgesellschaft blieb im Kampf gegen schweizerische Milchbauerngenossenschaften siegreich, indem er den Bezug der Milch auf neuer Grundlage organisierte unter Umgehung seiner bisherigen Lieferanten. In einem Kampfe der Großeinkaufsgesellschaft Hamburg mit dem Verband der Markenartikelfabrikanten im Jahre 1907 blieb die Großeinkaufsgesellschaft dadurch Siegerin, daß sie für die von dem Verband gesperrten Markenartikel, wie Malzkaffee, Palmin usw. für entsprechenden Ersatz sorgte und somit einem Preisdiktat des Verbandes, um das sich die Streitigkeiten drehten, vorgebeugt hat.

---

[1]) Robert Schlösser: Die konsumgenossenschaftliche Gütervermittlung, ihre Technik und wirtschaftliche Bedeutung. Mannheimer Hochschulstudien. Mannheim 1914

Die Bedeutung des organisierten Konsums liegt eben in diesem Falle nicht allein darin, dem organisierten Konsumenten gewisse Vorteile zu bieten, sondern in einer allgemeinen Beeinflussung der für den Markt produzierenden Unternehmer. Eine bedeutende Ökonomisierung der Lebenshaltung kann von dem Erfolg solcher Kämpfe ausgehen. Natürlich wird der Kampf gegen Monopole, Kartelle usf. erst dann voll wirksam werden können, wenn die Konsumvereine bezw. ihre Großeinkaufsgesellschaft einen überwiegenden Anteil der Nachfrage kontrollieren bezw. in Eigenproduktionsbetrieben selbst befriedigen.

Wie bei den Konsumvereinen die Ersparnisse dem einzelnen Mitglied im Verhältnis seines Umsatzes rückvergütet werden, so vergütet die Großeinkaufsgesellschaft bezw. die an ihrer Stelle stehende Organisation für den zentralen Einkauf und die zentrale Produktion an die angeschlossenen Vereine die von ihr gemachten Erübrigungen aus Warenumsatz und Warenproduktion nach den jeweils getätigten Umsatzziffern. Es herrscht also hier im großen das gleiche Prinzip vor.

Von der Gründung der zentralen Einkaufs- und Produktionsorganisation · Großeinkaufsgesellschaft m.b.H. deutscher Konsumvereine in Hamburg; Großeinkaufs- und Produktions-Aktiengesellschaft deutscher Konsumvereine, Köln — bis zur Errichtung des ersten Eigenproduktionsbetriebes vergehen nach den Erfahrungen, die man bisher bei den Großeinkaufsgesellschaften machen konnte, eine ganze Reihe von Jahren. Der Geschäftsbericht der Großeinkaufsgesellschaft m. b. H. Hamburg für das Jahr 1900 führt über die Eigenproduktion noch aus, daß „allen hierauf abzielenden Bestrebungen die Organisation des Bedarfs vorausgehen muß". Jetzt irgendwelche Fabriken einzurichten, ist schon deshalb unmöglich weil uns das genügende Kapital dazu fehlt. Ebenso hält es der Geschäftsbericht für fraglich, daß sich zur Errichtung von Produktionszweigen Vereine bereit finden, die irgendwelches Kapital zeichnen. Das ist der Standpunkt, nach dem die Großeinkaufsgesellschaft bereits 6 Jahre existierte.

Die Englandreise deutscher Genossenschafter, die diese auf Grund einer Einladung der englischen Großeinkaufs-

gesellschaft 1899 durchführten, hat der Entwicklung der Eigenproduktion einen starken Ansporn gegeben. Die dabei gemachten Erfahrungen dieser Reise haben gezeigt, daß die Großeinkaufsgesellschaft nicht bei der Warenvermittlung stehen bleiben dürfe" [1]).

Es war sicher eine Folge der Eindrücke dieser Reise, wenn man die Frage der Eigenproduktion dann ernstlich ventilierte. Auf der außerordentlichen Generalversammlung in Chemnitz 1904 erwägt man zuerst die Errichtung einer Seifenfabrik. Der Geschäftsführer verbreitet sich über die Grundsätze konsumgenossenschaftlicher Eigenproduktion, weist nach, daß der Umsatz in Seifenfabrikaten 2221000 kg im Werte von 943000 Mark betrage; daß die Großeinkaufsgesellschaft mit 44 Fabriken arbeite. Die Vorteile der Eigenproduktion lagen klar auf der Hand. Soweit war die Frage also nach 10jährigem Bestand der Großeinkaufsgesellschaft gediehen. Schwierigkeiten, die nicht im Wesen der Sache lagen, sondern durch Maßnahmen von Behörden und Gegnern verursacht waren, ermöglichten erst 1910 die Aufnahme der Bauarbeiten für diesen ersten großen Eigenproduktionsbetrieb. Diesem ersten Betrieb wurden in zielbewußter Arbeit Jahr für Jahr neue Betriebe angegliedert. Über das Wachstum der Zahl sowie des Umfangs der Eigenproduktionsbetriebe der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine G. m. b. H. Hamburg unterrichtet umstehende Tabelle.

---

[1]) Heinrich Kaufmann: Die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine m. b. H. v. 1894—1919. Hamburg 1919. S. 107.

	Gründungsjahr	1924		1925	
		Menge	Wert	Menge	Wert
8 Zigarrenfabriken in Hamburg, Hockenheim, Frankenberg	1910	19 376 Mille	1 570 428	23 319 Mille	1 911 702
Kautabakfabrik Nordhausen	1913	98 758 Pfd.	443 116	120 434 Pfd.	471 129
Rauchtabakfabrik Hamburg	1921	488 514 Pfd.	1 185 403	635 237 Pfd.	936 365
Tabakfabrik Burgsteinfurt	1922	204 575 Pfd.	384 514	162 422 Pfd.	258 675
Zigarettenfabrik Stuttgart	1921	35 742 Mille	779 702	51 078 Mille	1 273 407
Seifenfabrik Gröba	1910	6 110 950 kg	5 809 540	5 331 901 kg	5 122 851
Seifenfabrik Düsseldorf	1915	2 480 640 kg	2 264 102	4 374 540 kg	4 101 721
Weberei und Konfektion Oppach	1918	358 676 m Stoff 111 523 Konfektion	809 036	400 341 m Stoff 99 967 Konfektion	983 771
Konfektion Chemnitz	1925	—	—	99 302 Konfektion	307 218
Kleiderfabrik Seifhennersdorf	1923	162 657 Stück	1 144 174	212 671 Stück	1 410 432
Weberei Leupoldsgrün	1924	1 093 209 Stück	497 687	1 309 949 Stück	593 848
Kistenfabrik Gröba	1914	417 594 Kisten 3 931 cbm Holz	468 720	361 726 Kisten	597 457
Holzindustrie Dortmund	1919	—	443 521	—	786 764
Zündholzfabrik Lauenburg und Gröba	1912 1923	1 872 550 Pack 4 670 746 Pack	335 612 840 884	{ 10 891 000 Pack	1 987 409
Chemische Fabrik Gröba	1923	3 771 372	705 877	7 000 000 Packg. 13 800 kg	{ 1 382 817
Bürstenfabrik Schönheide	1919	1 171 996 Stück	567 960	1 457 593 Stück	747 615
Teigwarenfabrik Gröba	1914	3 462 547 kg	2 254 237	3 626 132 kg	3 027 561
Mostrich-Fabrik Gröba	1913	532 314 kg	315 358	931 172 kg	557 804
Zuckerwaren- und Schokoladenfabrik Altona	1918	481 373 kg	914 138	756 957 kg	1 228 830
Fischindustrie Altona	1921	32 637 Ztr.	1 395 987	1 981 886 kg	1 790 497
Fleischindustrie Altona	1923	873 136 kg	1 900 544	1 214 550 kg	2 886 187
Gemüse- und Obstkonservenfabrik Stendal	1925	—	—	1 070 076 kg	1 033 795
Malzkaffeefabrik Chemnitz	1924	1 616 104 kg	738 504	2 140 382 kg	1 283 784
Nährmittelfabrik Magdeburg	1925	—	—	109 504 kg 149 093 Karton	{ 657 750
Sa. der Werte aus eigener Produktion			26 298 325		35 339 389

Was zunächst an der Tabelle auffällt ist, daß die Betriebe stark dezentralisiert sind. Das ist nicht immer eine Folge zweckbewußter Standortwahl. Wir können vielmehr bei den Betrieben der Großeinkaufsgesellschaft zwei Kategorien unterscheiden: Einmal solche, die die Großeinkaufsgesellschaft selbst errichtete, wie z. B. die Anlagen der Seifenfabrik in Gröba, in Düsseldorf, und dann solche, die von der Großeinkaufsgesellschaft gekauft bezw. übernommen wurden. Die Betriebe, die übernommen wurden,

sind solche von Arbeiterproduktivgenossenschaften, die ihren Absatz ganz durch die Großeinkaufsgesellschaft bewerkstelligten und die sich im Laufe der Zeit zu produzierenden Abteilungen der Gesellschaft umänderten. Es sind Erscheinungen aus einer früheren Entwicklung der Genossenschaftsbewegung. Nachteile sind allerdings kaum immer ganz zu vermeiden, da diese kleinen Betriebe meist für die große Produktion der Großeinkaufsgesellschaft ausgebaut werden müssen oder die Errichtung von neuen Betrieben als Ergänzung sich als notwendig erweist. Die zerstreut liegenden Betriebe erschweren auch die Verwaltungsarbeit ganz erheblich. Nicht nur ökonomische Erwägungen waren es, die die Großeinkaufsgesellschaft zur Übernahme veranlaßte, sondern auch genossenschaftliche. Daß sich die Leitung der Großeinkaufsgesellschaft bewußt ist, daß sie mit der Übernahme von kleinen Betrieben vom ökonomischen Prinzip abweicht, zeigt uns ein Bericht über die gemeinsame Sitzung der Geschäftsführer und des Aufsichtsrates in Hamburg am 15. und 16. Februar 1909, „Der Antrag einer Tabakarbeitergenossenschaft in Gießen auf Übernahme durch die Großeinkaufsgesellschaft wird abgelehnt. Grundsätzlich hat sich die Großeinkaufsgesellschaft auf den Standpunkt gestellt, daß ihr unmöglich zugemutet werden kann, alle möglichen kleinen Produktivgenossenschaften im Lande, die ohne ihr Zutun errichtet worden sind und mit denen sie in kaum nennenswerten Geschäftsverbindungen steht, zur gegebenen Zeit zu übernehmen, weil im allgemeinen die Anlagen solcher kleiner Produktivgenossenschaften den Ansprüchen der Großeinkaufsgesellschaft in keiner Weise genügen und für sie wertlos sind und sodann, weil dadurch eine unglaubliche Zersplitterung der Eigenproduktion eintreten würde. Die Großeinkaufsgesellschaft kann Produktivgenossenschaften nur insoweit übernehmen, als es ihren Interessen entspricht Bei der Entwicklung ihrer Eigenproduktion kann sie auf etwa vorhandene Produktivgenossenschaften keine Rücksicht nehmen.“ [1])

Weiterhin wollen wir die Zahlen und mengen-

---

[1]) H. Kaufmann: Die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine m. b. H. von 1894 bis 1919. S. 408.

mäßigen Ergebnisse der Eigenproduktionsbetriebe kurz untersuchen. Was auch hier rein äußerlich auffällt, ist die starke Zunahme der quantitativ produzierten Mengen. Eine Analyse der Zahlen zeigt uns jedoch, daß die Warenherstellungsbetriebe bei weitem nicht voll beschäftigt sind. Die Abnahme von Waren konsumgenossenschaftlicher Eigenproduktionsbetriebe müßte noch in ganz bedeutendem Umfang gesteigert werden, damit die Betriebe die optimale Kombination der Produktionsfaktoren erreichen würden.

Die beiden Seifenfabriken der Großeinkaufsgesellschaft in Gröba und Düsseldorf können eine jährliche Erzeugung von 30 Millionen kg bewältigen. Der Absatz in Seifenerzeugnissen stellt sich 1925 auf nur 9,7 Millionen kg. Das bedeutet also, daß nicht ganz ein Drittel der vollen Leistungsfähigkeit der beiden Fabriken durch den Absatz gedeckt wird. Der Durchschnitt je Mitglied für alle deutschen Konsumvereine, die der Großeinkaufsgesellschaft angeschlossen sind, betrug 2¹/₂ kg an Seifenerzeugnissen. Daß ein höherer Durchschnittsumsatz sich erzielen läßt beweist die Tatsache, daß einige Vereine 1924 den drei und vierfachen Umsatz an Seifenerzeugnissen aus den Eigenbetrieben der Großeinkaufsgesellschaft bezogen. Barmen mit einem Durchschnittssatz von 7,18 kg, Dortmund 6,21 kg, Zwickau 7,43 kg.

Die beiden Zündholzfabriken der Großeinkaufsgesellschaft leisten 10 000 Kisten jährlich. Das Jahr 1924 brachte einen Absatz von ca. 6500 Kisten. Im Durchschnitt pro Mitglied aller Konsumgenossenschaften 19 Schachteln. Barmen hat 45 Schachteln, Bremen 36 Schachteln, Göttingen 41 Schachteln, Lübeck 44 Schachteln je Mitglied. Nach den Ergebnissen für das Jahr 1925 mit 10 900 Kisten kann man hier eine sehr gute Besserung der Absatzmöglichkeiten feststellen.

In den drei Zigarrenfabriken lassen sich jährlich 100 000 Mille Zigarren herstellen. 1924 ist ein Absatz von nur 19 400 Mille zu verzeichnen. Pro Mitglied aller Vereine sind das jährlich 5 Zigarren. Der Absatz für 1925 betrug 23 300 Mille. Die Steigerung des Absatzes gegenüber der tatsächlichen Leistungsfähigkeit und gegenüber dem Durchschnittssatz pro Mitglied der an-

geschlossenen Konsumvereine ist also noch sehr minimal. Auch hier haben einzelne Vereine wesentlich höhere Durchschnittszahlen erreicht. Dessau 17 Stück, Dresden 20 Stück, Lübeck und Sagan je 18 Stück.

Bei Kautabak blieb der Mehrumsatz hinter der durchschnittlichen Umsatzsteigerung. Wenn man den Anteil der Großeinkaufsgesellschaft an der deutschen Kautabakerzeugung an der Zahl der beschäftigten Tabakspinner mißt, so kommt man auf nicht einmal 3 %.

Insgesamt wurden in Deutschland 1925 rund 31 Milliarden Zigaretten versteuert. Der Anteil der Großeinkaufsgesellschaft an der deutschen Erzeugung beträgt nur 0,17 %.

Die Weberei Durnich hat 50 Webstühle, auf denen Inletts, Bettzeuge, Handtücher und Hemdenflanelle gewebt werden. Der Geschäftsbericht für 1925 klagt über unregelmäßige Beschäftigung.

Die Weberei Leupoldsgrün stellt Scheuertücher her. Vor dem Krieg setzte sie bereits 2 Millionen Tuch ab. Eine stärkere Beschäftigung wäre zu wünschen, da infolge Absatzmangels — umgesetzt wurden 1925 nur 1,3 Millionen Tuch — nur mit 40stündiger Arbeitszeit gearbeitet wird.

Die gesamte Kistenerzeugung geht an die eigenen Betriebe. Der Rückgang in der Zahl der Kisten ist damit zu erklären, daß die Fischwarenfabrik dazu übergegangen ist, selbst ihre Kisten herzustellen.

Die Holzindustrie Dortmund liefert Ladeneinrichtungen usw.

Bei den Artikeln der chemischen Abteilung wird im Geschäftsbericht über den geringen Absatz von Schuhcreme geklagt, der zwar von 1,9 Millionen auf 3,2 Millionen Dosen gestiegen sei, doch sei das wenig gegen einen Friedensumsatz von 6 Millionen Dosen.

Von der Bürstenfabrik, die vollkommen modern eingerichtet ist, von der Teigwaren-, Mostrich-, Zuckerwaren-, Fleisch- und Fischwarenabteilung ist nichts wesentliches zu berichten.

Um noch ein Beispiel zu nennen, zitieren wir die Verhältnisse in den beiden Rauchtabakfabriken der Großeinkaufsgesellschaft. In diesen können 1,5 Millionen Pfund Rauchtabak erzeugt werden, während der Absatz

von 693 900 Pfund im Jahre 1924 auf 797 000 Pfund 1925 stieg: für 1924 beträgt der Durchschnittsverbrauch pro Mitglied nur 98 Gramm.

Die ungenügende Ausnützung der zentralen Herstellungsbetriebe bringt einen Leerlauf mit sich, der die Wirtschaftlichkeit scharf beeinträchtigt und die Leistungsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit erheblich verringert.[1]

Über die Gründe dieses Mangels an Unterstützung der genossenschaftlichen zentralen Eigenproduktionsbetriebe werden wir später berichten.

Ein Weg zur Eigenproduktion ist der Übergang zu eigenen Packungen. Neben der sich auch im privaten Detailhandel immer mehr durchsetzenden Tendenz, die Waren aus der Fabrik in hygienisch einwandfreier Weise in gangbaren Quantitäten abgepackt zu beziehen und damit den Verteilungsprozeß zu vereinfachen, geht die Absicht her, den Kunden durch gefällige Aufmachung zu veranlassen, immer wieder die gleiche Ware zu bestellen und so den Kaufprozeß, der bei loser Ware infolge der verschiedenen Qualitäten leichter zu Qualitätsverschleierung führen kann, zu vereinfachen. Für den Kunden bedeutet die Einführung von Packungen eine Erleichterung des Kaufes, der bei ungepackten Waren eine oft unmögliche Sachkenntnis voraussetzt. Doch zeigen sich neben den vorteilhaften Seiten vielfach recht erhebliche Benachteiligungen des kaufenden Publikums.

Die Großeinkaufsgesellschaft hat die Eigenpackung für eine ganze Reihe von Waren eingeführt (1925 285 Millionen Originalpackungen) und so den ersten Schritt zur weiteren Aufnahme von Eigenproduktionsartikeln getan. Durch die Eigenpackung läßt sich der Verbrauch genauer feststellen, die Verteilungsstelle kann genauer kontrolliert werden, der Kunde wird mit dem Artikel vertraut und von ihrer Güte bei immerwährend gleicher Aufmachung leichter zu überzeugen sein. Er wird in vielen Fällen rein automatisch wieder auf die Waren zurückgreifen, die

---

[1] Wir entnehmen die Angaben über die tatsächliche Leistungsfähigkeit der Produktivbetriebe sowie über die Durchschnittszahlen der einzelnen Vereine einem Referat von Vollrath Klepzig, Dresden. Jahrb. 1925. Bd. II. S. 631.

ihm auf Grund der bekannten Packung und auf Grund der Kenntnis seiner Güte und Vorteile geläufig sind. Daß die Großeinkaufsgesellschaft Auswüchse der Markenartikelfabrikanten bekämpft bezw. nicht mitmacht, ist selbstverständlich.

Die technischen Nebenbetriebe der G. E. G.

Es bleibt uns noch übrig, die der Großeinkaufsgesellschaft angegliederten technischen Nebenbetriebe aufzuzählen. Sie hat eine eigene Speditionsabteilung mit Hafen-Ewerführerei und Rollfuhrbetrieb, 10 Kühlwagen für Gefrierfleischtransporte, eine Frachtenüberprüfungsstelle, die sowohl von den eigenen Betrieben der Großeinkaufsgesellschaft als auch von den Genossenschaften in Anspruch genommen wird. Drei Laboratorien, je eines in den Seifenfabriken Gröba-Riesa und Düsseldorf und eines in der Zentrale in Hamburg. Die Laboratorien in den Seifenfabriken befassen sich mit der analytischen Kontrolle der Herstellung sämtlicher Fabrikerzeugnisse, der Prüfung und Wertbestimmung eingehender Öle und Fette, sonstiger Rohmaterialien und chemischen Hilfsmittel wie Soda, Pottasche, Kalilauge usf. Ferner werden in den Laboratorien das Kesselspeisewasser, die Nebenprodukte wie Glyzerin und Unterlaugen untersucht. Ebenso wird die Fettspaltung fortlaufend kontrolliert. Das Hamburger Laboratorium dient der Kontrolle der von der Großeinkaufsgesellschaft erzeugten wie auch der von ihr im Handel vertriebenen Lebens- und Genußmittel aller Art. Zur Untersuchung kommen ferner landwirtschaftliche Erzeugnisse, Futter- und Düngemittel sowie technische Produkte als Öle, Benzol, Soda, Wasserglas, Kerzen, Leim usf. Außerdem übernimmt das Laboratorium Analysen von Waren aller Art für angeschlossene Genossenschaften. Weiterhin wurden Fachberatungsstellen für konsumgenossenschaftliche Güterherstellung und Verteilung errichtet, um die Wirtschaftlichkeit der Arbeitsmethoden zu erhöhen. Es besteht eine solche für Bau- und für Bäckereibetriebe durch den Zentralverband; für Fleischerei-, Textilvertrieb und Schuhwarenvertrieb hat die Großeinkaufsgesellschaft solche eingerichtet.

An zwei Unternehmungen ist die Großeinkaufsgesellschaft beteiligt. Beim sächsischen Bekleidungswerk in Dresden mit 90 % des Gesellschaftskapitals. Kommanditistisch interessiert mit 50 % ist sie ferner bei der Firma Hoyer & Lavo in Wangen (Allgäu). Das Kleiderwerk in Sachsen stellt Schuhe, Herrenkonfektion und Textilwaren her. Der Gesamtwert der von der Großeinkaufsgesellschaft umgesetzten 10898 Anzüge, 2892 Überkleider, 1992 Hosen betrug ℳ 449314, der von 90601 Paar Schuhen 907701.

Bei der Allgäuer Firma ist der Anteil der Großeinkaufsgesellschaft am Gesamtumsatz der Gesellschaft rund 65 %. Die Lieferungen an die Konsumvereine belaufen sich auf 1512000 kg Weichkäse, 189377 kg Hartkäse und 252269 kg Butter im Gesamtwerte von 3956684. ℳ

Rudolf Vogel hat gelegentlich der Beteiligung des Verbandes schweizerischer Konsumvereine bei der Großmetzgerei Bell A. G. die Frage untersucht, ob eine solche Beteiligung an einem privatkapitalistischen Unternehmen eine Verletzung der konsumgenossenschaftlichen Prinzipien bedeute. Dabei kommt er zu dem Resultat, daß das nicht der Fall sein müsse, denn es sei besser, in einem Gebiet, das man nicht rein genossenschaftlich erfassen könne, wenigstens einen Einfluß auf die kapitalistische Unternehmung zu gewinnen, indem man die Aktienmehrheit erwerbe. Der Verfasser nennt das Abkommen mit der Bell A. G. einen interessanten Beitrag zur Geschichte der Konzentrationsbestrebung, da es den ersten Zusammenschluß einer konsumgenossenschaftlichen Großeinkaufsgesellschaft — der Schweizer Verband ist, im Gegensatz zur deutschen Organisation gleichzeitig Großeinkaufsgesellschaft — mit einer trustähnlichen, hochkapitalistischen Aktiengesellschaft darstellt. Wenn es auch den Anschein habe, als sei der privatkapitalistische Betrieb mit seiner Tendenz möglichst viel Profit zu machen und der konsumgenossenschaftliche Betrieb mit seinem Bestreben, möglichst viel Profit zu eliminieren, etwas konträres, so sei das nicht unter allen Umständen nötig. Denn erstens könne der Gewinn auf eine bestimmte Höhe festgesetzt werden — im Falle der Bell A. G. wurde eine Höhe von 8 % vereinbart —,

zweitens sei der Konsument dadurch, daß man sich mit Kapital beteilige, auch am Gewinn beteiligt und endlich habe man die Möglichkeit, durch Aktien- oder Beteiligungsmajorität Einfluß auf die Verwaltung zu gewinnen. Ziel der Genossenschaften sei es, den Konsumenten billige Lebensmittel zuzuführen. Die Mittel, die die Genossenschaften dazu verwenden, können verschieden sein.[1] Jedenfalls ist jeder Schritt zu begrüßen, der es dem Konsumenten gestattet, auf die Preisgestaltung seitens der Produzenten Einfluß zu gewinnen. Gegen Kapitalanlagen von Genossenschaften gegen landesüblichen Zins ist vom Standpunkt der Theorie nichts einzuwenden. Es sind oftmals beträchtliche Gelder im eigenen Betriebe vorhanden, die dort zurzeit keine Verwendung finden können oder aus gewissen Gründen ganz sicher angelegt werden müssen.

Der Verband schweizerischer Konsumvereine stellte 1908 Normen auf für die Beteiligung an kapitalistischen Betrieben. Von den verschiedenen Punkten scheinen uns die erwähnenswert, die die Beteiligung empfehlen, um bessere Konditionen bei den Lieferfirmen zu erhalten oder darum, weil mit verhältnismäßig bescheidenen Mitteln und ohne erhebliches Risiko Einblicke in verschiedene produktive Zweige möglich sind. Es sei auch ein spezieller Einblick möglich über die Prosperität, Leitung, die finanziellen Mittel eines technischen Betriebes.

3. Die britische Konsumgenossenschaftsbewegung.

Die britische Konsumgenossenschaftsbewegung, die wir schon mehrmals zu Vergleichszwecken erwähnt haben, ist etwa 30 Jahre vor der deutschen, im Zentralverband verkörperten Organisation entstanden und ist bis heute das unerreichte Vorbild für die Bewegung aller Länder geblieben.

In einer großartigen Entwicklung hat diese Konsumentenorganisation ihr Betätigungsfeld bis zur Urproduktion ausgedehnt.

---

[1] Prof. Staudinger zit. bei Rudolf Vogel: Das Abkommen des Verbandes schweizerischer Konsumvereine mit der Großmetzgerei Bell A. G. in Basel. Dissertation, 1916, S. 41.

Die englische Großeinkaufsgesellschaft — Cooperative Wholesale Society — übertrifft als Großhandelsunternehmung jedes kapitalistische Handelshaus Großbritanniens an Umfang und Bedeutung. Sie hat Niederlassungen an allen bedeutenden Handelsplätzen der Erde errichtet. Ihre Niederlassung in New York z. B. führt 37 % des neutralen Schmalzes, 19 % des Schmalzes, 29 % des Olivenöls und 29 % des Reises aus, die überhaupt aus den Vereinigten Staaten verschickt werden. Diese bilden im Umsatz der englischen Großeinkaufsgesellschaft die größten Umsatzposten.

Die Fortschritte der britischen Konsumentenbewegung zeigen sich am deutlichsten in den Eigenproduktionsbetrieben sowohl der Konsumvereine wie auch der Großeinkaufsgesellschaften.

Die Eigenproduktion bei den Konsumvereinen ist im Gegensatz zu der bei deutschen Konsumvereinen mannigfacher, da sie über eine größere Mitgliederzahl und damit größeren Absatz verfügen. Der Konsumverein der Stadt Kettering mit einem Umsatz von 45000 Pfund Sterling hat eine eigene Zeitschrift, sein Kapital hat er zu einem großen Teil in vier Produktivgenossenschaften, Stiefel- und Wäschefabriken angelegt, manche Konsumvereine haben eigene Mühlen, verschiedene ein eigenes Elektrizitätswerk. Die Konsumvereine von Aberdeen und Plymouth verfügen über eigene Seedampfer zum Transport von Kohle. Einige Konsumvereine haben sich zusammengetan zum Betrieb einer Wäscherei mit chemischer Reinigung, Kleiderreparatur und Färberei. Sehr viele Konsumenten betreiben Landwirtschaft zur Gewinnung von Milch und Gartenprodukten.

Somit scheint auch der deutschen Konsumentenorganisation noch manches Gebiet der Eigenproduktion offen zu stehen, wenn sich ihre Bewegung auf eine größere Mitgliederzahl erstreckt. Schließt man bei einem Vergleich der deutschen und englischen Entwicklung auf die Zukunft der Bewegung, so scheint es für diese kaum irgendwelche Grenzen zu geben. Noch deutlicher tritt diese Erscheinung zutage, wenn wir die deutsche und englische Großeinkaufsgesellschaft vergleichen.

Gemeinsam mit der schottischen Großeinkaufsgesellschaft — scottish Cooperative Wholesale Society — betreibt die englische eigene Teeplantagen in Südindien mit einer Fläche von 13282 ha, auf Ceylon mit 2293 ha und in Assam mit 2980 ha, in denen sie 1925 4,7 Millionen Pfund Tee gewann. Wenn dieses Quantum auch nur einen kleinen Teil ihres gesamten Teeumsatzes — ca. 54 Millionen Pfund — repräsentiert, so ist die Bedeutung des Plantagenbetriebes doch nicht gering zu schätzen. In diesem Zweig ist die englische Konsumentenorganisation tatsächlich bis zur Urproduktion vorgedrungen.

In Kanada besitzt die Großeinkaufsgesellschaft einen Weizenfarmbetrieb von ca. 10 000 ha, auf dem sie einen Teil des von den Betrieben benötigten Mehles gewinnt.

In Sydney erwarb die Großeinkaufsgesellschaft schon 1901 eine Talgschmelze, seit 1914 werden in Westafrika Kakaoplantagen betrieben, 1917 wurden Ländereien zur Ölgewinnung ebenfalls in Westafrika erworben.

Vier Dampfer und zehn Leichter sind in den Dienst des genossenschaftlichen Transportwesens gestellt.

Das auf dem Farmbetrieb gewonnene Getreide wird in neun eigenen Kornmühlen vermahlen, die Müllereinebenprodukte in zwei Fabriken für Futtermittel und Ölkuchen weiterverwertet. Vom Getreide aus eigenem Farmbetrieb bis zum Brot aus der eigenen Bäckerei führt eine konsequente Entwicklung, die auf Ausschaltung des Händlers und Unternehmers gerichtet ist. An Nahrungsmittelfabriken besitzen sie weiter zwei Biskuit- und Zuckerwarenfabriken, drei Butterknetereien und Käsefabriken, eine Margarinefabrik. Auch hier führt die Entwicklung von der Eigenerzeugung von Palmkernöl in den westafrikanischen Plantagen zur Verarbeitung der gewonnenen Erzeugnisse in der Margarinefabrik zur Ausschaltung aller Zwischeninstanzen in Handel und Produktion. Eine analoge Tendenz können wir feststellen, hinsichtlich der Talgschmelze in Australien und den drei Seifenfabriken, den Schmelzraffinerien, die die Großeinkaufsgesellschaft betreibt. Die Bedeutung der Seifenfabriken konnten wir an dem erfolgreichen Kampf mit einem Seifentrust an anderer Stelle zeigen. Vier Konserven- und Konfitüren-

fabriken verarbeiten die auf verschiedenen Obstgütern gewonnenen Produkte. Eine eigene Kakao- und Schokoladenfabrik verarbeitet die wenn auch verhältnismäßig noch geringen Ergebnisse der Kakaoplantagen. Zu den Gebieten, in denen die Konsumentenbewegung bis zur Urproduktion vorgedrungen ist, gehört auch der Bergbau. 1917 erwarb die Großeinkaufsgesellschaft das Shilbottle-Bergwerk, über das allerdings nicht recht Erfreuliches berichtet werden kann. Es weist infolge Überkapitalisierung für 1925 einen Verlust von 12261 Pfund Sterling aus. Auch von den landwirtschaftlichen Gütern kann nicht immer Günstiges berichtet werden.

Die Großeinkaufsgesellschaft betreibt ferner 4 Speckräuchereien, 2 Pickelsfabriken, 2 Essig- und Hefefabriken, eine Tabak- und Zigarrenfabrik.

Zwei chemisch-technische und eine Farbenfabrik machen die Konsumenten auch auf diesem Gebiete von dem privaten Unternehmer unabhängig.

Viele Konsumvereine in mitgliederreichen Städten oder Industriegebieten haben eigene Textilhäuser für den Absatz der Erzeugnisse von 3 Baumwollwebereien, 7 Strumpfwarenfabriken, 11 Unterkleider- und 2 Wäschefabriken. Von der Schuhreparaturanstalt in den einzelnen Konsumvereinen ging man zur Vermittlung neuer Schuhwaren über. Heute betreibt die Großeinkaufsgesellschaft 8 Schuhfabriken und 3 Gerbereien, 5 Sattlereien und Lederwarenfabriken, 1 Reisekofferfabrik. 4 Möbelfabriken, 4 Metallwarenfabriken, eine solche für Bilderrahmen, eine Galanteriewarenfabrik, eine Töpferei und eine Glasbläserei, ebenso eine Pianofabrik liefern dem genossenschaftlichen Haushalt alle erdenklichen Gegenstände, die er anderweitig nur durch den kapitalistischen Unternehmer beziehen konnte.

Schließlich sind als Eigenbetriebe noch zu erwähnen eine Fahrrad- und Motorradfabrik, 2 Betriebe für die Herstellung von Wagen und Gewichten, eine Bürsten- und Mattenfabrik, 5 Druckereien, 1 Ölmühle und 3 Sägemühlen. Letztere liefern das von den Holzbearbeitungsbetrieben benötigte Schnittmaterial.

Dem Umfang nach finden wir wie bei den deutschen Eigenproduktionsbetrieben neben sehr großen und leistungsfähigen Fabriken, kleine, da auch die englische Großeinkaufsgesellschaft zahlreiche Produktionsgenossenschaften von Arbeitern übernommen hat.

Was gegenüber den deutschen Unternehmungen vor allem in die Erscheinung tritt, ist deren größere Mannigfaltigkeit. Es läßt sich auch ein systematischer vertikaler Aufbau vor allem bei den Betrieben feststellen, die die Erzeugnisse der eigenen Urproduktion verarbeiten.

Der Wert der Eigenproduktion der englischen Großeinkaufsgesellschaft beziffert sich für 1925 auf 26 418 863 Pfund Sterling = ℳ 538 943 805 — Die Eigenproduktion der schottischen Großeinkaufsgesellschaft stellt einen Wert von 8 778 006 Pfund Sterling = ℳ 17 907 132 dar.

Demnach hat die deutsche Großeinkaufsgesellschaft die schottische in der Eigenproduktion bereits um das Doppelte geschlagen, während sie gegenüber der englischen Großeinkaufsgesellschaft noch recht bescheiden erscheint

Die britischen Konsumvereine produzierten in ihren Betrieben Waren im Werte von ca. 31 729 000 Pfund Sterling = ℳ 647 271 600.— Dagegen erscheint die Eigenproduktion der Konsumvereine des Zentralverbandes mit 160 Millionen noch sehr gering.

Die Zahl der in der Cooperative Union, dem britischen Genossenschaftsbund, zusammengefaßten Konsumvereine stellt sich auf 1289 mit insgesamt 4 910 983 Mitgliedern. Hierbei können wir eine interessante Feststellung machen, die unsere Untersuchung über die Grenzen der Eigenproduktion in einem späteren Kapitel bestätigt. Die britische Konsumentenbewegung ist, wie wir erwähnt haben, was Kapitalkraft und Organisation anlangt, der deutschen um 30 Jahre voraus. Dieser Vorsprung ist aber nicht gegeben hinsichtlich der Mitgliederzahl, da Deutschland insgesamt ca. 4,2 Millionen Konsumenten in der Bewegung zählt. Es sind nun nicht in Deutschland die Mitgliederzugänge in der kürzeren Zeit besonders hoch gewesen, sondern wir können für England feststellen, daß dann, wenn eine gewisse Bevölkerungsschicht zum großen Teil organisiert ist, die Neuzugänge an Mitgliedern

verlangsamen. Der Vergleich der Bewegungen der beiden Länder zeigt uns, daß wir nicht damit rechnen können, daß sich alle Menschen konsumgenossenschaftlich organisieren werden. Trotzdem braucht die Bewegung nicht zu stagnieren, denn es werden immer neue Menschen in die Bevölkerungsschicht aufrücken als auch von einer besseren sozialen Stellung herabgedrückt werden.

Die zahlenmäßigen Ergebnisse der britischen Konsumvereine lassen sich kurz wie folgt skizzieren: ihr Kapital betrug 1925 — Anteil und Leih — 100683815 Pfund Sterling = rund 2 Milliarden *M*. Der Gesamtumsatz der britischen Konsumvereine erreichte 1925 die Höhe von 183584049 Pfund Sterling oder 3745113599 *M*, wobei ein Reinüberschuß von 20479780 Pfund Sterling erzielt wurde.

An den zahlenmäßigen Erfolgen gemessen, muß man zugeben, daß die deutsche Konsumentenbewegung erst am Beginn einer Entwicklung steht, die kaum Schranken und Grenzen zu kennen scheint.

Wir haben aber schon vorweggenommen, daß wir bei einer Analyse der Zahlen doch auf Grenzen stoßen, deren Wirksamkeit sich im Verlaufe der Entwicklung geltend machen.

4. Die Kapitalbildung bei den Konsumvereinen als Voraussetzung der Eigenproduktion.

Eine Aufzeigung der Erfolge der Eigenproduktion wäre unvollständig, wollten wir uns nicht auch mit der Frage der Kapitalbeschaffung befassen, die für die Eigenproduktion Voraussetzung ist. Wie wir bereits gezeigt haben, war die Stellung der Großeinkaufsgesellschaft zur Frage der Eigenproduktion noch 1900 sehr zurückhaltend, was mit dem Kapitalmangel sowohl der Großeinkaufsgesellschaft als auch der einzelnen Konsumvereine begründet wurde. Der reine Handelsbetrieb eines Konsumvereins erfordert nur verhältnismäßig geringes Kapital, das sich darnach richtet, wie oft das Lager im Jahr umgeschlagen wird. Wir finden in den Konsumvereinen deshalb ganz niedere Anteilsätze. Dieser Zustand war ausreichend, so lange die Konsumgenossenschaften nur

die Warenversorgung für ihre Mitglieder durchführten. Mit wachsendem Umsatz tauchte dann die Frage der Eigenproduktion auf. Damit war gleichzeitig das Problem der Finanzierung gegeben, das um so bedeutender war, als die Errichtung eigener Produktionsbetriebe die Erwerbung von Grundstücken fordert. Von den Mitgliedern kann eine namhafte Hilfe in der Regel nicht erwartet werden, so daß der einzelne Konsumverein gezwungen ist, auf die Stärkung seiner Reserven und die Einzahlung der noch nicht voll einbezahlten Geschäftsanteile zu dringen Wiederholt wurden in dieser Richtung vom Generalrat und Vorstand des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine Richtlinien ausgearbeitet. Danach wird bestimmt, daß die Mittel für den laufenden Betrieb durch Geschäftsanteile und Reserven aufzubringen sind. Die Bildung dieses eigenen Kapitals ist durch Einziehung der gezeichneten Anteile und durch besondere Berücksichtigung der Reserven gefördert Weiteres Betriebskapital soll durch Erhöhung der Geschäftsanteile gewonnen werden. Neue Betriebszweige sind nur dann aufzunehmen, wenn das Betriebskapital aus eigenen Mitteln der Genossenschaft gedeckt werden kann. Reichen die Mittel vorübergehend nicht aus, so sollen auslosbare Obligationen und Hausanteile ausgegeben werden. Älteren, mittleren und größeren, in gefestigten Verhältnissen befindlichen Genossenschaften kann, um den Mitgliedern die Durchführung der Barzahlung zu erleichtern nnd vielen in Zeiten der Not, der Krankheit und Arbeitslosigkeit und sonstiger wirtschaftlicher Zufälle einen Rückhalt zu geben, auch die Errichtung einrr Sparabteilung empfohlen werden. Die Spareinlagen sollen aber so beschränkt werden, daß sie nicht außer Verhältnis zur Größe des eigenen genossenschaftlichen Betriebskapitals stehen. Einen Teil der Spareinlagen in Hausanteile oder Obligationen zu verwandeln, sei zu erstreben, jedoch in erster Linie von solchen Mitgliedern, die bereits höhere Bareinlagen bei der Genossenschaft investiert haben. Zweckmäßig solle ein Mitglied aber nicht seine ganze Spareinlage in Form von Hausanteilen und Obligationen anlegen. Die Spareinlagen der Mitglieder der Konsum=

vereine seien zur Hälfte durch Hinterlegung bei der Bankabteilung der Großeinkaufsgesellschaft liquide zu erhalten.[1]) Die Organisation der Spargelder der Mitglieder, die sich organisch in den Gedankenbau der Konsumgenossenschaften eingliedern läßt, bezweckt also doppeltes. Einmal will man die Sparkraft der Mitglieder der eigenen Organisation zuführen, indem man ihre Sparpfennige, die diese mangels Gelegenheit bei privaten oder kommunalen Sparinstitutionen eingelegt hatten, in genossenschaftlichen Sparkassen sammelt. Es werden Beträge von 10 Pfennig aufwärts bei den Verkaufslagern der Konsumgenossenschaften, die eine Sparorganisation eingerichtet haben, angenommen. Es wird dadurch aber weiterhin erreicht, daß die Kapitalkraft der Konsumvereine erheblich gestärkt wird. Die Verwendung eines Teils des Sparguthabens als Betriebsmittel bezw. zur Ausgabe von Obligationen zur Gewinnung von Betriebskapital bedeutet nach den Erfahrungen keine Abweichung vom Prinzip der Liquidität der Mittel. Denn es werden erfahrungsgemäß nur immer ein ganz bestimmter Teil der Einlagen zu Terminen abgehoben, die sich in der Praxis mit einiger Sicherheit vorausberechnen lassen Auch die bei privaten und kommunalen Sparkassen angelegten Sparguthaben werden zum Teil in mündelsicheren Papieren, also auch fest, angelegt. Für die Mitglieder bezw. für die Konsumvereine hat die Organisation der Sparkraft aber noch weiterhin Bedeutung. Die Mitglieder gehören der Mehrzahl nach den unbemittelten Bevölkerungsschichten der Hand- und Kopfarbeiter an, die in der Regel keine wirtschaftlichen Reserven besitzen. Gerade diese Bevölkerungsschichten sind den Schwankungen der Wirtschaftskämpfe mit ihrem Gefolge von Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit am meisten ausgesetzt. Das Sparguthaben bedeutet für sie eine wirtschaftliche Reserve; für die Konsumgenossenschaften die Sicherheit, daß die Mitglieder auch in Zeiten der Not in der Lage sind, ihren Bedarf in den konsumgenossenschaftlichen Verteilungsstellen zu decken.

---

[1]) Beschluß des Generalrats über die Zusammensetzung des genossenschaftlichen Betriebskapitals. 27. und 28. XI. 1913. Hamburg. Jahrbuch 1926. Bd. II. S. 680.

Der Erfolg der Einrichtung von Sparabteilungen war bei den einzelnen Konsumvereinen verschieden. „Manche Konsumgenossenschaften verstanden es, die Kapitalkraft ihrer Genossenschaft in dem Maße zu entwickeln, daß sie ihrer Bankverbindung gegenüber dauernd Geldgeber waren, während es andere gab, die dauernd Geldnehmer waren.“[1] Diese Verhältnisse, dann der zunehmende Zahlungsverkehr der einzelnen Konsumvereine mit der Großeinkaufsgesellschaft infolge zunehmender Geschäftsverbindung drängten geradezu zur Errichtung eines zentralen Geldinstituts. Am 2. Januar 1909 wurde von der Großeinkaufsgesellschaft eine Bankabteilung errichtet. Ihr Aufgabenkreis erweiterte sich mit zunehmender Entwicklung. Sehr förderlich war dabei der Postscheckverkehr, der es ermöglichte, Zahlungen von und zu den entlegensten Orten zu bewerkstelligen. Mit der Ausgestaltung der Bankabteilung, die der Geschäftsbericht der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine[2] „den Überbau der Sparkassen der Konsumvereine im Zentralverband deutscher Konsumvereine nennt, war erst die Möglichkeit gegeben, das Sparkassenwesen der Konsumvereine rationell zu pflegen. Es ist der alte Grundsatz der Rochedaler Pioniere „ihre Angelegenheiten in die Hände zu nehmen, der hier zum Ausdruck kommt.

Die Bedeutung der Bankabteilung für den genossenschaftlichen Zahlungs- und Geldverkehr geben nachstehende Zahlen wieder:

	Giroverkehr		Bankeinlagen		Wechsel (Kunden- und eigene)	
	Debet	Kredit	Höchster Stand	Niedrigster Stand	Stück	ℳ
1913	338 385 000	340 025 000	34 345 000	25 236 000	—	
1924	232 433 000	218 045 000	8 954 000	4 732 000	5666 =	85 048 000
1925	388 854 000	389 836 000	20 056 000	8 954 000	7510	53 795 000

Die Kapitalbildung ist, wenn die Konsumgenossenschaftsbewegung ihren Platz neben der kapitalistischen

[1] H. Kaufmann: Die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine m. b. H. von 1894 bis 1919. Hamburg 1919.

[2] Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 1926. Bd. II. S. 44.

Marktwirtschaft behalten will, von größter Bedeutung. Sie vollzog sich in den deutschen Konsumgenossenschaften nach der Inflation wie folgt[1]): Das Geschäftsguthaben betrug auf Grund der Goldmarkbilanzen 15 Millionen Mark, davon sind 12,4 Millionen Mark aufgewertet und 2,6 Millionen Mark neues Geld. 1925 erhöhte sich das Genossenschaftsguthaben auf 26,1 Millionen Mark; somit sind 13,7 Millionen Mark neu einbezahlt bezw. dem Geschäftsguthaben der Mitglieder zugeschrieben worden.

Die Reserven beliefen sich auf Grund der Goldmarkbilanzen auf 25 Millionen Mark. Sie erhöhten sich im Berichtsjahr 1925 auf 29,3 Millionen Mark. Also 4,3 Millionen Mark Zuwachs. Geschäftsguthaben plus Reserven gleich eigenes Kapital betrug Ende 1925 55,4 Millionen Mark gegen 58,1 Millionen Mark im letzten Friedensjahr. Spareinlagen 1924 gleich 49,5 Millionen Mark, Ende 1925 82,7 Millionen Mark. Durch Aufwertung waren 43,1 Millionen Mark entstanden. Somit einbezahlt neu 39,6 Millionen Mark, wovon 33,2 Millionen Mark allein auf 1925 entfallen. 1913 betrug die Summe der Spareinlagen 80,2 Millionen Mark. Somit ist der Friedensstand überschritten.

Die Kapitalbildung der Konsumgenossenschaften drückt sich auch in dem Betrag der Bankeinlagen bei der Großeinkaufsgesellschaft aus. Ende 1924 hatten nur 8 Konsumgenossenschaften bei der Großeinkaufsgesellschaft Bankeinlagen und zwar im Betrage von 85 000 Mark. Ende 1925 hatten 64 Konsumgenossenschaften 5 526 138 Mark. Hierzu kommen die Einlagen der zentralgenossenschaftlichen Organisationen, die am 31. März 1926 5,6 Millionen Mark ausmachten. Außerdem ist die Aufwertung mit 4,7 Millionen Mark zu berücksichtigen, so daß am 31. März 1926 der Betrag der Bankeinlagen bei der Großeinkaufsgesellschaft sich insgesamt auf 22 Millionen Mark belief. Im letzten Friedensjahr waren an Bankeinlagen 15,6 Millionen Mark vorhanden. Dieser Kapital-

---

[1]) H. Kaufmann: Referat — Das konsumgenossenschaftliche Sparwesen — 23. o. Gen. Tag d. Zentralverbandes d. Konsumv. 14. bis 16. Juni 1926 in München. Jahrbuch 1926. Bd. II. S. 679.

zuwachs hat den deutschen Konsumgenossenschaften ihre Unabhängigkeit bewahrt.

Wir haben uns zunächst mit der Kapitalbildung bei den Konsumgenossenschaften beschäftigt. Die Großeinkaufsgesellschaft hat für die Erledigung der laufenden Geschäfte Betriebskapital, das nicht von Einzelpersonen, sondern von den Konsumvereinen gezeichnet wird. Da es der jeweiligen Größe des Geschäftes angepaßt werden mußte, so war seine mehrmalige Erhöhung mit zunehmenden Geschäftsumfang nötig. Das trat besonders in die Erscheinung als die Großeinkaufsgesellschaft an die Errichtung von Eigenproduktionsbetrieben ging. Sie betreibt aber zur Stärkung der eigenen Mittel außerdem eine sehr vorsichtige Reservepolitik. So wurden z. B. 1925 dem Produktionsfond 1,130 Millionen Mark überwiesen. Die Gesamtsumme der auf verschiedenen Reservespezialkonten angesammelten Reserven betrug Ende 1925 5,715 Millionen Mark bei einem Stammkapital von 10 Millionen Mark. Die starke Speisung der Reserven kommt auch in der abnehmenden Größe des an die Konsumvereine pro rata ihres Umsatzes rückvergüteten Gewinns deutlich zum Ausdruck.

Die Grundstücke für die verschiedenen Eigenproduktionsbetriebe der Großeinkaufsgesellschaft hatten einen Wert von 7,2 Millionen Mark inkl. der darauf errichteten Fabrik- und Verwaltungsgebäude.

5. Stellung der Arbeitnehmer im Konsumverein.

Die in den Konsumgenossenschaften beschäftigten Angestellten und Arbeiter werden am Gewinn, wie wir bereits erwähnt haben, nicht beteiligt, ebenso haben sie keinen Einfluß auf die Geschäftsleitung. In dieser Hinsicht unterscheiden sich die Konsumgenossenschaften und ihre Eigenproduktionsbetriebe grundsätzlich von den Arbeiterproduktivgenossenschaften. Das Unbefriedigende der Lage der Genossenschaftsarbeiter mag darin liegen, daß das Personal in der Genossenschaft nicht vollberechtigter Bürger ist. Die Angestellten und Arbeiter von dem leitenden Ausschuß, der für ihre Anstellung, Bezahlung und Beaufsichtigung verantwortlich ist, auszuschließen, war ein

allgemeiner Zug der Genossenschaftsbewegung in allen Ländern. In dieser Hinsicht aber haben die Konsumvereine nur eine Grundregel angenommen, die für jede Regierung, gleich ob sie demokratisch oder nicht, maßgebend ist, daß niemand in seiner eigenen Sache urteilen soll. Es ergibt sich somit, daß auch eine anders als kapitalistisch geartete Produktionsform nicht darauf verzichten kann, den Produktionsprozeß gegenüber dem Arbeitnehmer zu leiten und daß wohl kein System gefunden wird, bei dem der Arbeiter Herr seiner Entschlüsse ist.

Die deutschen Konsumgenossenschaften beschäftigten an Angestellten und Arbeitern

a) in der Warenverteilung:

	männliche	weibliche	Summe
1914	7 348	14 000	21 348
1925	12 401	18 644	31 045

b) in der Warenherstellung:

	männliche	weibliche	Summe
1914	4 005	599	4 604
1925	5 532	741	6 273

In der Großeinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine waren beschäftigt

a) in der Warenverteilung:

	männliche	weibliche	Summe
1914	466	129	595
1925	1 125	525	1 650

b) in der Warenherstellung:

	männliche	weibliche	Summe
1914	679	741	1 420
1925	1 105	1 572	2 677

Die Konsumvereine des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine beschäftigten 1914 2079 Personen, 1925 6574, die Großeinkaufs- und Produktions-Aktiengesellschaft hatte einen Personalbestand 1914 30, 1925 341 Personen.

Während der Durchschnittserlös auf jede in der Güterverteilung beschäftigte Person von ℳ 22 407 auf ℳ 19 849 zurückging, stieg der Produktionswert auf jede in der Güterherstellung beschäftigte Person in der gleichen Zeit von ℳ 23 027 auf ℳ 25 607.

Diese Zahlen besagen, daß mit zunehmender Vergrößerung der Verteilungsstellen die Leistung des einzelnen Angestellten zurückgeht, sei es, weil die Mitglieder weniger kaufen, weil die Zahl der Angestellten zu groß ist oder aus anderen Gründen. Im Gegensatz hierzu fördert die zunehmende Betriebsgröße die Ausgestaltung mit technischen Mitteln und sichert dementsprechend eine erhöhte Leistungsfähigkeit.

Die britischen Konsumgenossenschaften beschäftigen natürlich eine wesentlich größere Zahl von Angestellten und Arbeitern. 1914 waren 103074 angestellt, 1925 hatte sich diese Zahl erhöht auf 141180.

In den Großeinkaufsgesellschaften für England und Schottland wurden beschäftigt:

a) in der englischen Großeinkaufsgesellschaft
1914 . 23190; 1925 . 34908

b) in der schottischen Großeinkaufsgesellschaft entsprechend ihrem kleineren Betriebsumfang
1914 . 8877; 1925 . 9729

Der Arbeiter im Konsumverein und seinen Eigenproduktionsbetrieben ist also Arbeitnehmer wie in jedem kapitalistischen Betrieb. Für den in der Konsumgenossenschaft Beschäftigten ergibt sich daraus eine Doppelstellung. Als Käufer will er möglichst billige Waren, als Verkäufer seiner Arbeitskraft möglichst hohen Lohn. Traditionell hat sich ihm der Lohnarbeiterinstinkt weit fester ins Gemüt und Willen eingewurzelt als der Käuferinstinkt und Käuferinteresse. So pflegt der Arbeiter auch in der Genossenschaft ersteres Interesse als sein oberstes anzusehen.[1]) Es ist ja verständlich, daß der Arbeitnehmer, der von dem zu leben gezwungen ist, was er verdient, den Wunsch nach einem Mehr an Lohn hat, selbst auf Kosten der Zukunft der Bewegung. Das egoistische Moment kommt hier zum Durchbruch und es bedürfte einer ganz grundsätzlichen Änderung der Einstellung des Arbeit-

---

[1]) Dr. F. Staudinger: Sind die Genossenschaftsbetriebe Arbeiterbetriebe? Konsumgenossenschaftliche Rundschau 1913, Nr. 41, S. 802.

nehmers, ehe man von ihm mit Erfolg verlangen könnte, daß er sein Arbeitnehmerinteresse dem der Bewegung nachstellt. Soll eine Differenz vermieden werden, so muß das allgemeine Käufer- oder Teilhaberinteresse sowohl das einigende Band als auch die bändigende Kraft sein können, welche den auseinanderstrebenden und eigensüchtigen Produzenteninteressen Zaum und Zügel anlegt. Das Solidaritätsbewußtsein als Käufer muß stärker entwickelt sein als das als Lohnempfänger. Streik in der Konsumgenossenschaft ist etwas Absurdes. Denn darin kommt doch der Unterschied vom Kapitalbetrieb zum Ausdruck, daß die Arbeiter in der Genossenschaft nicht von fremden Herren, sondern von der Gesamtheit, der sie selbst angehören, angestellt werden und in ihrer Gesamtheit als Konsumenten des Unternehmerprofits teilhaftig werden, der hier freilich aufhört, Profit zu sein.

Wie wenig nun diese Überlegungen bei den Arbeitnehmern durchgedrungen sind, zeigen uns im Laufe der Entwicklung die wiederkehrenden Meldungen von Differenzen und Streiks. So berichtet z. B. die Großeinkaufsgesellschaft: „Die Inbetriebnahme der neuerbauten Zigarrenfabrik der Großeinkaufsgesellschaft in Frankenberg (Sa.) ist bedauerlicherweise von einem Konflikt mit einem Teile der Arbeiter begleitet gewesen". An anderer Stelle lesen wir: „Die Arbeiter haben, da eine Forderung nicht bezahlt wurde, einfach die Arbeit niedergelegt und die Arbeitsstelle verlassen."

Mit der zunehmenden Zahl der in konsumgenossenschaftlichen Betrieben beschäftigten Angestellten und Arbeiter wird auch das Problem der Stellung der Arbeitnehmer auf den Genossenschaftstagen immer wieder erörtert. Grundsätzlich stehen die deutschen Konsumgenossenschaften und ihre Zentralverbände auf dem Standpunkt des kollektiven Arbeitsvertrages, d. h. sie wollen die Lohn- und Arbeitsbedingungen der in den Genossenschaften beschäftigten Personen in der Form von Tarifverträgen mit den zuständigen Gewerkschaften vereinbaren. Der Zentralverband deutscher Konsumvereine und die Generalkommission der Gewerkschaften sowie die mit ihr verbundenen Gewerkschaften haben bereits seit dem Jahre 1905 ein

genossenschaftliches Tarifamt gebildet, das über alle aus Genossenschaftstarifen hervorgegangenen Lohn- und Arbeitsstreitigkeiten endgültig entscheidet. Der 16. Genossenschaftstag, der 1919 in Hamburg tagte, gibt in einem Beschluß die Stellung der Genossenschaften gegenüber ihren Angestellten eindeutig wieder. „Der Genossenschaftstag hält es für die Pflicht sowohl der Genossenschaften als auch der in genossenschaftlichen Betrieben beschäftigten Arbeiter durch Unterordnung unter die Beschlüsse des Tarifamts das Vorbild einer freiheitlichen im gegenseitigen Einverständnis erfolgten Regelung der Lohn- und Arbeitsverhältnisse zu geben. Es ist wünschenswert, daß anstelle genossenschaftlicher Sondertarife im Laufe der Entwicklung Reichstarife für alle Berufe treten und daß in diesem die genossenschaftlichen Unternehmungen keine ungünstigere Belastungen erfahren als die Unternehmungen privatkapitalistischer Art. Nur wenn Licht und Schatten gleichmäßig verteilt sind und die in den Genossenschaften beschäftigten gewerkschaftlich organisierten Arbeiter auf eine Bevorzugung ihren anderen Arbeitskollegen gegenüber freiwillig verzichten, sind die Genossenschaften in der Lage, ihre großen Aufgaben auf dem Gebiete der Sozialisierung des deutschen Wirtschaftslebens zu erfüllen.“ [1])

Dem Umstand nun, daß die Konsumgenossenschaften schon seit der Gründung des Zentralverbandes im Jahre 1903 sich mit Tarifangelegenheiten befassen, haben es die Arbeiter zu danken, daß die Lohn- und Arbeitsbedingungen in den Betrieben der Konsumvereine und der Großeinkaufsgesellschaft in der Regel besser waren als die der privatkapitalistischen Industrie. Die Jahresberichte erwähnen die hygienischen und sozialen Maßnahmen, z. B. in den Zigarrenfabriken, wie freundliche, große Speisesäle, wodurch der Arbeiter nicht mehr gezwungen sei, sein Essen auf dem Arbeitstisch, auf dem die Zigarren gewickelt werden, einzunehmen, wie man es vielfach in kleinen privaten Zigarrenfabriken beobachten könne, Waschgelegenheiten vor und nach der Arbeit, automatische

---

[1]) Heinrich Kaufmann: Ein konsumgenossenschaftlicher Blick in die Zukunft. Hamburg 1921. S. 24.

Lüftung und Heizung der Arbeitsräume. Die Lohn- und Arbeitsbedingungen der Zigarrenfabriken der Großeinkaufsgesellschaft bezeichnet das Jahrbuch für 1914 als die besten der Branche. Geradezu angenehm ist man berührt von den Vorschriften, die hinsichtlich der Reinlichkeit in den genossenschaftlichen Bäckereigroßbetrieben beachtet werden. Die Arbeiter sind verpflichtet, vor dem Arbeitsbeginn ein Bad zu nehmen und die Kleidung gegen die vom Betrieb gestellte Arbeitskleidung zu wechseln.

Fast alle Konsumvereine schließen sich der Regelung an hinsichtlich der Bezahlung einer Ferienzeit. Neben diesen Maßnahmen ist noch die Einrichtung der „Pensionskasse des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine" zu erwähnen, bei der 1925 17199 Arbeiter von Genossenschaftsbetrieben organisiert waren. Die Leistungen der Pensionskasse steigen bis zu 60% des Arbeitsdurchschnittseinkommens.

In diesem Rahmen sozialvorbildlicher Arbeitsbedingungen ist auch die ablehnende Stellung der Konsumgenossenschaften gegenüber der Heimarbeit zu erwähnen. Auf dem 7. ordentlichen Genossenschaftstag des Zentralverbandes 1910 in München faßte man folgende Resolution: „Hausindustrie und Heimarbeit erweisen sich sowohl in ihrer alten wie in ihrer neuen Form als eine überaus rückständige Betriebsweise. Ihre Kennzeichen sind lange Arbeitsdauer, niedrige Löhne, Ausbeutung der Kinder, ungesunde Arbeits- und Wohnräume, wodurch die Arbeiterklasse wirtschaftlich und gesundheitlich schwer geschädigt wird. Außer der Möglichkeit der direkten genossenschaftlichen Selbsthilfe für Heimarbeiter gibt es noch indirekte genossenschaftliche Selbsthilfe, die durchschlagenden Erfolg haben kann. Diese indirekte genossenschaftliche Selbsthilfe wäre die einer genossenschaftlichen Produktion als Abteilung der Großeinkaufsgesellschaft gegenüber dem dezentralisierten Großbetrieb des Verlegers. Der Wirkungsbereich dieser Selbsthilfe ist natürlich ein sehr kleiner und die Ausdehnung dieses Wirkungsbereiches kann erst das Resultat einer jahrzehnte- und jahrhundertelangen Entwicklung sein. Was heute schon erreichbar ist,

zeigen die englischen und schottischen Großeinkaufsgesellschaften. Unter ihren Fabriken sind Konfektionsfabriken, in denen Herren- und Damenkleidung, Unterkleider usf. hergestellt werden."

In der Zwischenzeit hat die deutsche Großeinkaufsgesellschaft durch den Übergang zur Eigenproduktion auf dem Gebiete einfacher Textil- und Konfektionswaren gezeigt, daß es tatsächlich, wenn auch in beschränktem Maße eine Möglichkeit gibt, gewisse Kategorien von Heimarbeitserzeugnissen in fabrikmäßiger Produktion bei günstigen Arbeits- und Lohnverhältnissen herzustellen.

Daß die Konsumgenossenschaften die Gefängnisarbeit in manchen Zweigen der Papierverarbeitung nicht verwenden und die dadurch hervorgerufene Lohndrückerei ihrerseits nicht unterstützen, haben wir bereits erwähnt

Es bedarf kaum des Hinweises, daß natürlich auch die britische Genossenschaftsbewegung sich einen ausgedehnten Apparat für Lohnverhandlungen und Schlichtung von Differenzen geschaffen hat.

Für jedes Unternehmen, das in der Wirtschaft bestehen will, bildet die Rentabilität das oberste Kriterium. Dabei ist die Lohnhöhe für die Rentabilität von ausschlaggebender Bedeutung. Lohn ist der Preis, der im Tauschverkehr für fremde Arbeitsleistung bezahlt wird. Die Lohnhöhe wird bestimmt durch die Produktivität der Arbeit und zwar durch die Grenzproduktivität. Es ist nicht möglich, diese Gesetzmäßigkeit auf die Dauer außer acht zu lassen. Wenn die Konsumvereine sozial vorbildliche Lohn- und Arbeitsbedingungen in ihren Betrieben schaffen bezw. schaffen wollen, so können sie das nur im Rahmen dieser ökonomischen Begrenzung. Aber selbst in diesem Rahmen wird es schwer fallen, solange sie mit der Konkurrenz privatwirtschaftlicher Unternehmungen zu rechnen haben und sich ihre Produkte durch die sozialen Maßnahmen zu teuer stellen würden. Soweit der Konsumverein seinen Betrieb nicht tatsächlich wirtschaftlicher gestalten kann, bedeutet jeder Schritt über den Standard der Konkurrenz hinaus eine Verringerung der Spannung zwischen Selbstkosten und Verkaufspreis. Jeder größere

Schritt, ob er nun höhere Löhne, kürzere Arbeitszeit, günstigere Arbeitsbedingungen bewilligt oder die Rohmaterialien nicht zu den billigsten Preisen kauft oder nicht die vorteilhaftesten Produktionsprozesse anwendet, bedeutet die Unmöglichkeit, den Kunden ebenso billig wie der kapitalistische Betrieb zu versorgen. „Denn wenn die Konsumvereinspreise höher sind als die des benachbarten Ladeninhabers, läuft ein gewisser Teil zu diesem. Selbst Mitglieder, welche für die Reform der Anstellungsbedingungen gestimmt haben, werden nach und nach ihre Käufe im Konsumvereinsladen zurücksetzen." [1]) Gerade aus diesen letzten Sätzen sehen wir ganz deutlich die Zweischneidigkeit des Problems: Will der Konsumverein vorbildliche Arbeitsbedingungen gewähren, so läuft er Gefahr, durch die Konkurrenz seine Mitglieder zum Teil als Käufer zu verlieren; will er jedoch seinen Mitgliedern günstige Preise gewähren, so muß er dies zum Teil auf Kosten der Arbeits- und Lohnbedingungen bewerkstelligen. Dadurch ist er wieder gezwungen, auf die Durchführung der von ihm angestrebten sozialen Reformen zu verzichten.

Es ist somit klar, daß auch die Genossenschaften nicht anders wie Privatunternehmer mit den Gewerkschaften über Lohn- und Arbeitsbedingungen verhandeln und sich als zwei gegensätzliche Parteien am Verhandlungstisch gegenübersitzen. Auch die Genossenschaft muß sich eben den ökonomischen Gesetzen beugen. Das bestätigt sich gewissermaßen, wenn wir hören, daß auf dem Ulmer Genossenschaftstag die Kündigung der Tarife beschlossen wird „weil die bestehenden Bestimmungen als untragbar zu betrachten sind". An anderer Stelle sagt ein Redner, der einen neuen Genossenschaftstarifentwurf begründet, nachdem er auf die Belastung der Betriebe durch gewerkschaftliche Forderung hingewiesen hat und gleichzeitig darlegt, daß sich die privaten Betriebe gar nicht um gewerkschaftliche Abmachungen kümmern, „wir müssen von den Gewerkschaften erwarten, daß sie auf diese Dinge Rücksicht nehmen. Sie dürfen uns nicht zumuten, nur

[1]) S. u. B. Webb: The Consumers' Cooperative Movement. London 1921. S. 346.

uns Lasten aufzuerlegen, die in keinem Verhältnis stehen zu unserer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit, im Gegenteil, wir dürfen endlich einmal an die Gewerkschaften den Wunsch richten: Sorgt durch eine bessere Behandlung der Genossenschaften auch auf diesem Gebiet dafür, daß sie in möglichst rascher Zeit wieder so leistungsfähig werden, daß sie euch freiwillig mehr gewähren können."

Auch die englische Genossenschaftsbewegung hat unter den gewerkschaftlichen Versuchen, den Lohn in die Höhe zu schrauben, zu leiden. „Die Genossenschaftsbewegung hat sich kürzlich bitterlich über die Gewerkschaft genossenschaftlicher Arbeitnehmer beklagt, weil diese die für Verkäuferinnen, Schneiderinnen, Putzmacherinnen gesicherten Minimallöhne auch durchsetzt und damit, infolge der niedrigeren Löhne, die im Privatbetrieb noch bezahlt werden, diese Genossenschaftsbetriebe schädigt." [1])

Daß die Lösungen, die bisher in der Frage der Arbeiterbeschäftigung durch Konsumvereine gefunden wurden, nicht befriedigen, zeigen die Versuche der Syndikalisten und der Anhänger des Gildensozialismus, unter den Arbeitern der Konsumvereine Anhänger zu gewinnen. Besonders mit der zunehmenden Ausdehnung der Eigenbetriebe wurde die Frage der Gewinnbeteiligung der Arbeiter — Copartnership —, die längst als unzweckmäßig auch von den Gewerkschaften abgelehnt worden war, in dieser neuen Variation wieder aufgenommen.

Der Syndikalismus empfiehlt für jeden Gewerbezweig die Besitzergreifung und Verwaltung durch die Arbeiter des betreffenden Gewerbezweiges, wodurch allerdings die Organisation der Verbraucher ausgeschaltet werden würde. Der Syndikalismus gab in England Veranlassung zur Entstehung eines besser durchdachten Schemas in der Form des Gildensozialismus. Dieser läßt die Organisation der Verbraucher wohl bestehen, aber nur in der Form von, den Arbeiterorganisationen nebengeordneten Vereinigungen. In jeder Industrie sollen die zu ihr gehörigen Hand- und Kopfarbeiter in einer Gilde

---

[1]) Webb Cassau: Die Genossenschaftsbewegung der Konsumenten. Halberstadt 1924. S. 113.

zusammengeschlossen, durch ein ständig sich erweiterndes Kontrollsystem die Funktionen übernehmen, die die kapitalistischen Unternehmer ausüben. Während durch den Syndikalismus, der nur ein vorübergehendes Echo fand, nicht nur die Organisation und Vertretung der Verbraucher, sondern auch die lokale Selbstverwaltung und nationale Regierung verschwinden sollte, bejahten die Anhänger des Gildensozialismus die Notwendigkeit des Vorhandenseins und der Fortdauer der nationalen Regierung und der lokalen Selbstverwaltung ebenso wie der Konsumgenossenschaftsbewegung. Aber sie wollten, die Arbeiter als Produzenten, die Herrschaft über den Produktionsprozeß behalten. Es ist ganz richtig, wie Webb schreibt: „wir sehen mit einemmal diese doktrinäre Woge, von der Artikelserie, welche Philipp J. B. Buchez . . . veröffentlichte . . . im Jahre 1920 wieder erstehen.“ [1])

Man wird dem Gildensozialismus nicht die Fähigkeit zusprechen können, einen diskutablen Weg zur Lösung des Arbeiterproblems gebracht zu haben. Aber er verfehlte nicht seine Wirkung auf die Massen der Arbeiter auszuüben und bildet somit ein gewisses Unruhemoment, das auch auf die in den Genossenschaftsbetrieben organisierten Arbeiter übergegriffen hat.

Schließlich sei noch ein Problem hier aufgezeigt, dessen Bedeutung mit zunehmender Größe der Bewegung nicht zu unterschätzen ist, das mangelnde Interesse der Konsumvereinsangestellten bezw. deren Erziehung zu genossenschaftlichem Denken. Denn es ist nicht damit getan, in den Verteilungsstellen, Einkaufsbureaus, in den Ausschüssen und im Vorstand Arbeit zu leisten, die kapitalistischen Prinzipien entspricht, sondern der genossenschaftliche Angestellte soll außer auf die Rentabilität auch noch auf die Förderung des genossenschaftlichen Gedankens hinarbeiten. In diesem Sinne kann er schon wirken, wenn er z. B. die Waren aus den Eigenproduktionsbetrieben denjenigen privater Firmen bei der Abgabe an die Mitglieder in den Verkaufsstellen vorzieht und

[1]) Webb Müller: Die genossenschaftliche Gemeinwirtschaft, Halberstadt 1924. S. 85.

die Genossen zur konsequenten Abnahme konsumgenossenschaftlicher Waren anhält. Die Mitarbeit der Angestellten ist in dieser Hinsicht besonders wertvoll für die bessere Beschäftigung der Eigenbetriebe und die damit verbundene rationellere Ausnutzung der Produktionsmittel. Aus der Erkenntnis der Wichtigkeit der Einstellung der konsumgenossenschaftlichen Arbeitnehmer richtete der Zentralverband deutscher Konsumvereine Fortbildungskurse für verschiedene Arbeitnehmerkategorien ein. Selbstverständlich wird bei diesen Kursen neben der Erziehung zum Genossenschafter auch besonderes Augenmerk auf die Heranbildung eines tüchtigen Mitarbeiterstabes gelegt.

Die demokratische Form der Wahl der leitenden Genossenschaftsbeamten ist mit zunehmendem Betriebsumfang von um so größerer Bedeutung, als es gefährlich erscheint, den Massen die Entscheidung hierfür in die Hand zu geben. Neben wirklich Tüchtigen können bei diesem System der Besetzung leitender Stellungen auch vollkommen untaugliche Elemente zum Zug kommen, die wohl den Massen während der Wahl nach dem Munde geredet haben, den an sie gestellten Anforderungen nicht im geringsten entsprechen.

6. Die Grenzen konsumgenossenschaftlicher Eigenproduktion.

Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion scheint in ihrer Entwicklungsfähigkeit alle Gebiete erfassen zu können, denn die Organisation des Bedarfs gibt den Produktionsbetrieben eine sichere Basis. Somit ist es schon verständlich, wenn begeisterte Genossenschafter in den Konsumvereinen geradezu das Mittel für eine neue Ordnung der Wirtschaft sehen, in der Unternehmergewinn und Händlerprofit eliminiert sind. Die Voraussetzung hierzu wäre, wie die Vertreter dieser Richtung glauben, daß zunächst alle Menschen konsumgenossenschaftlich organisiert seien. Es wird sich also als notwendig erweisen, daß wir uns über die berufliche Zusammensetzung der Mitglieder an Hand nachstehender Tabelle informieren.

Berufszugehörigkeit der Mitglieder des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine.

	1914	1924	1925
Selbständige Gewerbetreibende	88 174	199 952	194 272
Selbständige Landwirte . . .	30 365	116 417	113 080
Staats- und Gemeindebeamte	56 922	328 651	316 473
Gehalt- und Lohnempfänger in gewerblichen Betrieben . .	1 308 589	2 207 274	2 210 735
Gehalt- und Lohnempfänger in landwirtschaftlichen Betrieben	37 839	99 586	92 381
Beruflose	142 740	365 559	398 288
Summa der Mitglieder . . .	1 664 630	3 317 439	3 325 229
männlich	1 397 967	2 703 338	2 683 566
weiblich	266 663	614 101	641 663
Gesamtsumme	1 717 519	3 505 180	3 382 011

Der Reichsverband deutscher Konsumvereine führt keine spezifizierte Berufsstatistik seiner Mitglieder, weshalb wir für unsere Untersuchung nur die des Zentralverbandes verwenden können.

Das Hauptkontingent der Mitglieder wird gestellt durch Gehalt- und Lohnempfänger in gewerblichen sowie in landwirtschaftlichen Betrieben und durch Staats- und Gemeindebeamte, d. h. durch die Klasse der Arbeiter im weiteren Sinne.

Für die Beteiligung beim Konsumverein scheint es tatsächlich zwei Grenzen, eine untere und eine obere zu geben.

Zur nicht organisationsfähigen Klasse von Menschen gehören die Armen, die besonders in der Großstadt und in Industriegebieten leben, deren unregelmäßige Beschäftigung nicht einmal das Niveau bescheidenster Lebensansprüche regelmäßig gewährleistet und die deshalb sehr wenig für Nahrung oder gar Kleidung ausgeben können.

Ihre Kleider, Hüte und Stiefel beziehen sie in der Regel kostenlos von den wohlhabenderen Schichten, ihr Nahrungsbedürfnis befriedigen sie auf alle möglichen Arten, wie sie ein dürftiges und unregelmäßiges Einkommen gerade verlangt. Der Verkauf von Fleisch zweiter Qualität, von schlecht geratenem Brot usf. findet in diesen Kreisen seine Abnehmer. Schon etwas „besser" gestellt sind Gelegenheitsarbeiter, jedoch auch bei ihnen ist der unregelmäßige Verdienst ein Hinderungsgrund für eine geordnete Mitgliedschaft in den Konsumvereinen. Hierher zu zählen sind auch die Arbeiterkreise, deren Betätigung ein ständiges Umherziehen mit sich bringt. Es sind die „bunt" durcheinander gewürfelten Bewohner des gewöhnlichen Logierhauses, denen Mangel an Nahrung und eine durch körperliche Erschöpfung noch erhöhte Müdigkeit nicht gestatten, dem einzelnen Individuum ebensowenig wie der ganzen Klasse, die Eigenschaften zu entwickeln, die zur demokratischen Genossenschaft und demokratischen Selbstregierung notwendig sind.[1])

Zu der Kategorie von Menschen, die konsumgenossenschaftlich nur schwer zu organisieren sind, gehört auch die große Zahl von unverheirateten Angestellten und Arbeitern männlichen und weiblichen Geschlechts. Webb schlägt vor, diese Leute durch genossenschaftliche Ledigenheime, Klubs und Sport für die Sache zu gewinnen. Es mag dahingestellt bleiben, welchen Erfolg eine derartige Organisation haben würde, sicher ist, daß es den meisten Vereinen hierfür an den nötigen Mitteln fehlen wird sich in derartig riskante, im Erfolg unsichere Unternehmungen einzulassen.

Die obere Grenze für die konsumgenossenschaftliche Beteiligung beginnt bei der Bevölkerungsschichte, deren Einkommen so hoch ist, daß die im Konsumverein zu erzielende Rückvergütung ohne Bedeutung für sie bleibt. Sie ziehen die entgegenkommendere und aufmerksamere Bedienung beim Händler dem Kauf im Konsumvereinsladen vor. Außerdem glauben sie zur Befriedigung ihrer

---

[1]) Webb-Potter: Die britische Genossenschaftsbewegung. Leipzig 1893. S. 197.

individuellen Bedürfnisse ohne das reichhaltigere Lager des Händlers ebenso wie ohne die prächtig ausgestatteten Läden nicht auskommen zu können.

Die Propaganda unter den Armen wird deshalb ebenso nutzlos sein wie die unter den Reichen.

Die Erfahrung, Statistik und Überlegung geben uns also den gegenteiligen Beweis, daß es nicht so leicht möglich ist, alle Gesellschaftsschichten konsumgenossenschaftlich zu organisieren. Soweit dies beim Lohnarbeiter noch nicht der Fall ist, mag man voraussagen, daß die Bewegung neue Mitglieder gewinnen wird. Aber schon hier wirken konfessionelle und politische Rücksichten mit, deren Überwindung oft die größten ökonomischen Vorteile nicht erreichen können. Prof. Wilbrandt, der ein eifriger Verfechter des Genossenschaftssozialismus ist, charakterisiert diese Erscheinung in einem Vortrag: „Wir Deutsche, die wir alles politisch stempeln und ein wirtschaftliches Zusammenarbeiten mit Angehörigen anderer Parteien kaum übers Herz bringen, wir können uns die Wucht eines solchen Zusammenwirkens kaum vorstellen.“ [1]) Es sind aber nicht nur politische und konfessionelle Momente, die einen Hinderungsgrund für den Zusammenschluß aller Konsumenten darstellen. Die Ursachen liegen noch im besonderen im Klassen- und Standesbewußtsein der einzelnen Bevölkerungsschichten, das besonders in Deutschland stark ausgeprägt ist. Oswald Spengler schreibt darüber einmal „daß der deutsche preußische Stil das ebenso starke und tiefe Standesbewußtsein gezüchtet habe, . . die Klasse als Berufsgemeinschaft. Die Zugehörigkeit gibt nicht der Reichtum, sondern der Rang. Der Hauptmann steht über dem Leutnant, mag der auch Prinz oder Millionär sein“. [2])

Außer gewissen sozialen Klassen, die inmitten einer konsumgenossenschaftlich organisierten Bevölkerung der Bewegung gleichgültig gegenüberstehen, gibt es Gebiete,

---

[1]) Prof. Rob. Wilbrandt: Die Bedeutung der Konsumgenossenschaften. Vortrag auf dem evang. soz. Kongreß in Hamburg. Göttingen 1913.

[2]) Oswald Spengler: Preußentum und Sozialismus. München 1922. S. 36.

die einer konsumgenossenschaftlichen Erschließung fast unüberwindliche Schwierigkeiten bereiten. Trotzdem die Zusammenballung der Bevölkerung in und um London die Voraussetzung für konsumgenossenschaftliche Betätigung gegeben hätte, war gerade dieses Gebiet „der Schauplatz so aufopfernder Anstrengungen in der Frühgeschichte der Bewegung“ [1]), deren ununterbrochene Fehlschläge das Wort von der genossenschaftlichen Wüste geprägt hat. Der Genossenschaftsverband unternahm wiederholt besondere Propagandafeldzüge ohne sichtbares Resultat. Die Gründung eines Konsumvereins mit 11 Läden mit Unterstützung der englischen Großeinkaufsgesellschaft ergab, daß nur einer der Läden sich entwickelte.

Neben einzelnen Stadtgebieten zählt vor allem das flache Land mit seiner bäuerlichen Bevölkerung zu „genossenschaftlichen Wüsten“. Aus der Tatsache, daß in Dänemark alle Bauern konsumgenossenschaftlich organisiert sind, schließen zu wollen, daß diese Möglichkeit auch für die landwirtschaftliche Bevölkerung anderer Staaten gegeben wäre, ist nicht richtig. Der dänische Bauer hat sich vollkommen auf landwirtschaftlichen Export eingestellt. Zu diesem Zwecke hat er sich, um den Zwischenhandel auszuschalten, genossenschaftliche Absatzorganisationen geschaffen. Der Gedanke, den Bedarf an Lebensmitteln, den die Bauern in Dänemark infolge ihrer spezialisierten Exportproduktion nicht selbst herstellen, durch konsumgenossenschaftliche Organisationen zu beschaffen, lag deshalb nahe. Im allgemeinen aber deckt der Bauer in den anderen Ländern auch heute noch seinen Lebensbedarf aus eigener Wirtschaft und ist deshalb nicht zugänglich für die konsumgenossenschaftliche Idee. Schon die Errichtung von Verkaufsstellen bietet bei einer Bevölkerung, die auf großem Gebiet verteilt liegt, Schwierigkeiten, die die Rentabilität sehr benachteiligen und daher rein organisationstechnisch unmöglich sind.

James Peter Warbasse berichtet über die Bevölkerung der Vereinigten Staaten von Nordamerika bezüg-

---

[1]) Webb-Cassau: Die Genossenschaftsbewegung der Konsumenten. Halberstadt 1924. S. 12.

lich ihrer Eignung für genossenschaftliche Organisation. Er kommt zu dem Resultat, daß die Staaten kein günstiger Boden für die Entwicklung genossenschaftlichen Lebens seien. Bis 1916 bestand keine nationale Zentralstelle für Aufklärung und Führung. Als Grund führt er an, daß Amerika ein Land mit grenzenlos günstigen Gelegenheiten für individualistischen Geist, Profitbegehren und ungestümen Verlangen nach dem Dollar sei. Die Seelenverfassung, die sich hierdurch bilde, sei der Zusammenarbeit für das Wohl aller geradezu entgegengesetzt. Die Armut, so sagt Warbasse, ist noch nicht augenfällig, nicht ausgedehnt, nicht bewußt und nicht mutig genug, sich selbst zu nennen. Es ist also eine ganz besondere ökonomische Struktur der Wirtschaft nötig, auf deren Boden sich die Konsumgenossenschaft entwickeln kann. Sicher ist, daß auch in Amerika sich die Konsumgenossenschaften durchsetzen werden; in stärkerem Umfang aber jedenfalls erst dann, wenn der einzelne nicht mehr von den „unbegrenzten Möglichkeiten", die seinem Vorwärtskommen gegeben sind, überzeugt ist. Wenn mit zunehmender Bevölkerung seine Verdienstmöglichkeiten beschnitten werden, dann wird er sich darauf besinnen müssen, seinen Lebensstandard außer als Produzent auch als Konsument zu verbessern. Aber auch dann noch werden sich in Amerika Schwierigkeiten besonderer Art aus der Verschiedenheit der Rasse und Sprache ergeben.

Wir sehen also zunächst die Annahme, daß alle oder doch ziemlich alle Menschen sich konsumgenossenschaftlich organisieren lassen, widerlegt. Neben der Begrenzung der Bevölkerungsschicht, die hierfür in Frage kommt, konnten wir weiterhin feststellen, daß die bestimmte ökonomische Struktur eines Landes — Landwirtschaft oder günstige industrielle Bedingungen — der Konsumgenossenschaftsbewegung nur eine ungenügende Basis bieten.

Unseres Erachtens ist die im großen einheitliche Schichtung der Konsumvereinsmitglieder ein Vorteil für den organisatorischen Aufbau der Vereine. Denn sie ersparen sich nicht nur ein größeres Lager verschiedener Warenqualitäten, sondern sie vereinfachen auch die Eigen=

produktion auf einige Typen, was ihnen die nötige wirtschaftliche Überlegenheit sichert.

Um zu weiteren Ergebnissen zu kommen, ist es deshalb nötig, daß wir uns über das Verhalten der konsumgenossenschaftlich organisierten Mitglieder informieren. Wichtig ist dies deshalb, weil wir daraus Schlüsse ziehen können für die eingangs von uns vorgelegte Frage, welches die Grenzen der Eigenproduktion sind; denn es ist klar, daß dort, wo die Grenzen für den Konsumverein aus dem Verhalten der Mitglieder gegeben sind, auch die Eigenproduktion ihre Begrenzung findet.

Einer Tabelle über den Durchschnittsumsatz der Konsumvereine des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine entnehmen wir folgende Angaben.

	1914	1924	1925
Durchschnittsumsatz der Mitglieder im Gesamtgeschäft	307	109,11	182,21
Durchschnittsumsatz im eigenen Geschäft	287	109,—	182,—
Umsatz in Waren aus eigener Produktion	62	26,—	47,—

Die Zahlen für England betragen englische Pfund 37,6 für das Jahr 1924 und engl. Pfd. 37,9 für 1925.

Der Umsatz eines Mitgliedes im Konsumvereinsladen beträgt nach der Statistik des Zentralverbandes für 1914 307 *M*. Den Umsatz für 1925 können wir nicht als normal ansehen, da sich hierin die Arbeitslosigkeit, Kurzarbeit mancher Mitglieder ausdrückt. Die englischen Verhältnisse zeigen jedoch deutlich, daß noch eine ganz erhebliche Steigerung der Umsatzziffern möglich ist.

Nach einer statistischen Berechnung auf Grund der Berichte in ca. 190 deutschen Städten benötigten Eltern und 2 Kinder wöchentlich an Nahrungsmitteln durchschnittlich für 25 *M*. Gegenüber dieser Feststellung muß die Beteiligung der Mitglieder am Konsumvereinsumsatz, wenn wir die Vorkriegszeit als Norm ansehen, recht minimal anmuten. Berücksichtigt man weiter für die

Nachkriegszeit die Preiserhöhungen sowie die Lohnaufbesserungen, die durchschnittlich das doppelte der Vorkriegszeit erreichten, so wird man, selbst wenn man die durch die Inflation, Arbeitslosigkeit bezw. Kurzarbeit geschwächte Kaufkraft der Mitglieder berücksichtigt, zu dem Schluß kommen, daß die Beteiligung noch sehr viel zu wünschen übrig läßt. Was für Deutschland gilt, sehen wir für England ebenfalls bestätigt. Auch dort finden wir die Steigerung des Durchschnittsumsatzes pro Mitglied gegenüber der Vorkriegszeit im Verhältnis zu den Preis- und Lohnverschiebungen nur sehr gering.

Die Ursachen dieser mangelnden konsumgenossenschaftlichen Treue sind u. E. zweierlei: einmal psychologischer Natur, sodann organisationstechnischer.

Schon von der Gesellschaft der redlichen Pioniere schreibt Holyoake, ihr Geschichtsschreiber, „nur eines sei die Gesellschaft zu erreichen nicht imstande gewesen trotz größter Ausdauer und Mühe. Es sei ihr nicht möglich gewesen, unter denen, die sich der Bewegung angeschlossen haben, eine größere Erkenntnis der Pflichten hervorzurufen, welche dem Grundsatze, auf dem die Genossenschaften errichtet seien, entspringen —, eine Erkenntnis, ohne welche die Genossenschaftsbewegung niemals Einigkeit und Kraft genug erhalten könne, um die Hindernisse, welche das System der Ausbeutung, gepaart mit Unwissenheit und Selbsucht, ihren Fortschritt entgegensetzen, zu besiegen." [1]) In den Jahresberichten der einzelnen Konsumvereine kehren die Klagen über mangelnde Beteiligung der Genossen am Umsatz bezw. das fehlende genossenschaftliche Denken wieder. Der Konsumverein „Haushalt" für Sagan und Umgegend berichtet z. B. über Teuerung in Butter und seine Bekämpfung durch den Konsumverein „Leider mußte die Erfahrung gemacht werden, daß die Genossenschaft wohl gut genug war die Teuerung zu mildern, aber später von den Mitgliedern im Stich gelassen wurde. Die Mitglieder kauften dann wieder auf den Märkten, obgleich sie die Butter usf. in

---

[1]) Holyoake-Häntschke: Die redlichen Pioniere von Rochedale. Leipzig 1893. S. 81.

ihrer eigenen Genossenschaft mindestens zu gleichen Preisen erhalten hätten." [1])

Ganz besonders kommt dieser Mangel an genossenschaftlichem Denken auch in der mit zunehmendem Mitgliederumfang abnehmenden Besucherzahl der Mitglieder- und Generalversamlungen zum Ausdruck.

Ein Grund für die mangelnde Beteiligung am Umsatz im Vereinsladen ist der Umstand, daß die Verteilungsstellen einen mehr oder weniger weiten Weg erfordern. Die Arbeiterfrau, besonders wenn ihr noch die Beaufsichtigung von Kindern obliegt, kann der Wohnung nicht lange fern bleiben, so daß sie den näher gelegenen Krämer aufsucht, vor allem, wenn sie nur kleine Quantitäten an Nahrungsmitteln braucht. Ist die Frau aber genötigt zur Ergänzung des Lohnes des Mannes selbst der Arbeit nachzugehen, so wird sie um so mehr geneigt sein, den bequemer liegenden Krämer aufzusuchen. Es ergibt sich dadurch, daß die Mitglieder den Vereinsladen nur einmal oder zweimal die Woche besuchen und dabei nur solche Waren kaufen, die sie sukzessive dem Konsum zuführen, während sie die täglich benötigten Gegenstände beim näher liegenden Händler erwerben. Von den Bäckereien gilt das gleiche. Die dichte Besetzung der Städte mit Bäckereien hat die Kundschaft so zur Bequemlichkeit erzogen, daß sie es für unmöglich hält, um Brot zu holen etwa einen Weg von mehr als fünf Minuten zu machen. Mit zunehmendem Wohlstand wird auch die Differenzierung des Geschmackes immer stärker; der eine liebt sein Brot etwas grauer, der andere etwas weißer, der eine schärfer gebacken, der andere weniger scharf. Der Kleinbetrieb kann auf solche Spezialwünsche Rücksicht nehmen, der Großbetrieb nicht.[2])

Diese zunehmende Mannigfaltigkeit der Geschmacksrichtung bei steigenden Lebensansprücken macht sich aber auch auf allen anderen Gebieten der Warenversorgung in immer größerem Maße geltend. Gerade aber der Konsum-

---

[1]) Konsumgenossenschaftliche Rundschau. 1913. Nr. 40. S. 800.

[2]) Conrad Goldschmidt: Dissertation, 1910. München. Bäckereigewerbe und Konsumvereine. Stuttgart 1910.

verein kann diese Vielheit von Wünschen im Interesse einer möglichst einfachen und billigen Lagerhaltung nicht immer berücksichtigen. Ganz abgesehen davon, daß die mit der demokratischen Verwaltung verbundene Bureaukratie der Leitung besonders in den größeren Konsumvereinen diese Anpassungsfähigkeit sehr erschwert.

Mehr oder weniger wird auch richtig sein, daß „die Arbeiterfrau im allgemeinen gar nicht imstande ist, ihren Vorrat — den ein weiter Weg zum Konsumverein anzulegen erforderlich macht — zu zerlegen, sie verbraucht mehr als nötig, wenn sie einen größeren Vorrat hat, sie besitzt nicht die Intelligenz, die Selbstbeherrschung, sich hier Zwang aufzuerlegen und nicht mehr zu nehmen, als im Moment ihren Verhältnissen entspricht.[1])

Die geringe Beteiligung der Mitglieder ist weiterhin darauf zurückzuführen, daß die Wirksamkeit der städtischen Bodenrente die Wohnungsverhältnisse der Arbeiter wesentlich bestimmt. Mit der Ausdehnung der Städte, wie wir sie vor dem Krieg in sogenannten Bauperioden erlebten, wird der Mietpreis für Wohnungen in der Stadt immer teurer, dadurch ist der Arbeiter gezwungen, immer weiter an die Peripherie zu ziehen, wo die Wohnungen noch erschwinglicher im Preise sind. Dadurch sind die Mitglieder von ihren Verteilungsstellen zu weit entfernt, als daß sie Zeit fänden, den Weg bis dahin zurückzulegen, oder sie werden ihn auch in diesem Falle nur einmal die Woche machen. Eine neue Verteilungsstelle wird aber erst dann eröffnet, wenn genügend Mitglieder eine solche lohnend erscheinen lassen.

Hohe Rückvergütungen sind nicht in der Lage, diese Schwierigkeiten zu beseitigen, „denn schon im zweiten Jahre wird sie als selbstverständlich empfunden. Wenn dann die wachsende Leistungsfähigkeit infolge mangelnder Betriebskraft nicht gesichert ist, wird durch nur unbedeutende Mißerfolge in irgendeinem Betriebszweige sofort die Existenz des Vereins in Frage gestellt. Wird dann nicht die gewohnte ‚Dividende' ausbezahlt, so laufen

---

[1]) Prof. Conrad: Einfluß des Detailhandels auf die Preise. Vortrag im Verein für Sozialpolitik. 1888.

die genossenschaftlich unerzogenen Mitglieder in Scharen weg und nehmen noch ihren Geschäftsanteil mit." [1])

Der Inseratenteil der großen Tageszeitungen bietet das Bild eines Marktes. Waren aller Art und Gattung, jeder Qualität werden dort angeboten. Neben günstigen Kaufsbedingungen, wie sie der Unternehmer dem Käufer bietet, finden wir Saison-Lager- und Inventurausverkäufe, Reklamepreiswochen, weiße Wochen für Wäsche, kurz der Käufer sieht sich den verlockendsten Angeboten gegenüberstehen, die ihm, wenn auch oft nur scheinbar, einen Vorteil versprechen. Alle diese Momente, besonders aber die systematische dauernde Reklame für Markenartikel verfehlen ihre Wirkung auf die Psychologie der Käufermassen nicht. Es bildet sich im Unterbewußtsein etwas heraus, was man als Voreingenommenheit für Fabrikate privater Firmen bezeichnen kann. „Bezeichnend ist bei uns (G.E.G.) der Absatzrückgang von Wasch- bezw. Seifenpulver. Die Ursachen sind nicht in einer Abkehr von diesem Waschmittel zu sehen, sondern in der riesenhaften Reklame einer bekannten Firma, die ausschließlich pulverförmige Waschmittel herstellt. Die Ausgaben dieser Firma für Reklamezwecke übersteigen alles bisher in der Branche Dagewesene. Besonders stark sei die Werbung für die Fabrikate an größeren Plätzen, wo der örtliche Konsumverein nur Fabrikate der Großeinkaufsgesellschaft führe. Zu der Reklame würden vor allem diejenigen Zeitungen verwendet, deren Leserkreis in großem Umfang Genossenschaftsmitglieder bilden. Dadurch soll erreicht werden, daß die Frauen die Erzeugnisse ihres eigenen Unternehmens zurückweisen und die angepriesenen Konkurrenzfabrikate verlangen." [2])

Ähnlich, wenn nicht noch ungünstiger, liegen die Dinge bei der Zigarette. Diese ist durch die Herstellung in Fabriken auf wenige Geschmacksrichtungen typisiert. Technisch stünde der Eigenproduktion durch die Konsumvereinsbetriebe bezw. die der Großeinkaufsgesellschaft nichts im Wege. Die Schwierigkeiten liegen hier beim Absatz. Der Raucher ist durch die zahlreichen Verkaufs-

---

[1]) H. Kaufmann in den Sozialistischen Monatsheften 1901.

[2]) Jahrbuch des Zentralverbandes d. K.-V. Bd. II. S. 23. 1926.

läden so verwöhnt, daß er, besonders die Arbeiter, nicht mehr kauft, als er gerade benötigt. Er wird sich aber nicht solange gedulden, bis er zu seiner Verteilungsstelle kommt, denn das Verlangen nach diesem Genußmittel ist spontan und will gleich befriedigt werden. Dazu dient der nächste Laden, der immer, wenn er seine Marke führt, die gleiche Qualität bietet. Würde er ein größeres Quantum aus der Verteilungsstelle entnehmen, so ginge es ihm wie der Hausfrau, er könnte nicht wirtschaften, sondern er würde eben mehr rauchen. Das sind sicher die Gründe, die es der Großeinkaufsgesellschaft so schwer machen, die Zigaretten ihres eigenen Betriebes abzusetzen bezw. den Absatz entsprechend zu erhöhen.

Erschwerend kommt noch hinzu, daß die Konsumgenossenschaften es bisher ablehnten, Reklame zu treiben, da sie ja ihre eigenen Mitglieder nicht anzulocken brauchen. Dieser Standpunkt mag theoretisch vertretbar sein, auch die Unkosten mindern und dadurch einen gewissen Vorteil bieten. Es dürfte sich nach dem oben Gesagten aber doch als zweckmäßig erweisen, seine Mitglieder auf die oder jene Waren hinzuweisen, ihnen ins Gedächtnis zu rufen, daß es sich beim Verein um das eigene Unternehmen handelt usf. Jedenfalls hätte die Reklame, die nicht den Kunden zu locken braucht auch noch zur Folge, daß wohl mancher sich veranlaßt sehen würde, sich für den Konsumverein zu interessieren, der bisher achtlos daran vorbeiging. Die bisherigen Publikationen sind meist nur für überzeugte Genossenschafter interessant, nicht aber für das genossenschaftlich wenig geschulte Publikum. Neuerlich scheint man von dem Prinzip des Nichtinserierens abzugehen. Gemäß einem Beschluß mit den Leitern der Einkaufsvereinigung soll die Zeitungsinsertion mehr als bisher in den Dienst der Werbetätigkeit gestellt werden. Die Großeinkaufsgesellschaft wird bei Insertionen in der Tagespresse Zuschüsse gewähren und stellt Klischees zur Verfügung.

Die mangelnde Beteiligung der Mitglieder liegt aber auch noch, wie wir bereits erwähnt haben, in der organisatorischen Ausgestaltung des Konsumvereins, d. h. darin, daß er eben nicht jeder anderen Betriebsform über-

legen ist und nicht auf allen Gebieten. Es ist dies eine Erscheinung, die nicht speziell für den Konsumverein, sondern für jeden kapitalistischen Großbetrieb Geltung hat. Gewisse Waren eignen sich zur Verteilung besser für den kleinen Betrieb. Wir erwähnten bereits die Schwierigkeiten bei der Weißbrotverteilung als Frühstücksgebäck, die Überlegenheit des privaten kleinen Metzgermeisters gegenüber einer kapitalistischen Großverteilung für Frischfleisch. Die Geschäftsberichte weisen immer wieder darauf hin, daß die Verteilung von Gemüse, Milch usw. Schwierigkeiten bereite. Der Gemüsehandel z. B. wird ebenso wie der Obstverkauf, besonders der Frühobsthandel, in den meisten Fällen durch den Straßenhandel beherrscht. Abgesehen davon, daß sich dieser eventuell mit einem geringeren Preisaufschlag begnügen kann, ist es dem Konsumverein nicht möglich, die Bequemlichkeit des vor das Haus Fahrens zu bieten. Weiterhin kommt noch in Betracht, daß der Händler in der Preisgestaltung freien Spielraum hat und haben muß; er kann mit dem Preis nachgeben, wenn er keinen rechten Absatz findet. Letzteres ist besonders dann wichtig, wenn es sich um schnell verderbliche Ware handelt, wie z. B. bei Frischobst. Der Straßenhandel ist für diese besonders gelagerten Verhältnisse die geeignetste Form der Vermittlung. Er vollbringt dadurch, daß er leicht verderbliche Waren rasch unterbringt und dem Konsum zuführt, eine wirtschaftliche Leistung. Seine Vermittlung zwischen Erzeugung und Konsum ist daher kein überflüssiges Zwischenglied, wenn auch vielfach die relative Zahl, der an diesem Handel Beteiligten eine zu hohe ist. Der Konsumverein kann einem bezahlten Angestellten die freie Entscheidung über die Preisgestaltung nicht überlassen, da er sonst die Kontrolle, die für ihn unbedingt erforderlich ist, verlieren würde. Die Belastung der Ware mit den Gehältern der bei der Verteilung Beschäftigten erschwert die Konkurrenzfähigkeit. „Leider mußten wir von den auf dringendes Verlangen unserer im Norden wohnenden Mitglieder im vergangenen Geschäftsjahr errichteten 7 Gemüseabgabestellen 6 wieder schließen, weil sich diese Spezialläden nicht rentierten. Infolge der bei der Konkurrenz

dieser Branche herrschenden Lohn- und Arbeitsverhältnisse, die wir entschieden ablehnen müssen, sind unsere Unkosten zu groß für diese Branche. Außerdem fehlt die Unterstützung durch unsere Mitglieder. Später ging dann auch die 7. Gemüseverkaufsstelle ein." [1])

Ist aber die Verteilung an bestimmte Voraussetzungen gebunden, die durch den Konsumverein nicht erfüllt werden können, so ist auch die Eigenproduktion nicht möglich bzw. nur auf dem Wege über die Veredelungsindustrie — Obstkonserven, Gemüsekonserven — eines zentralen Produktionsgebietes angängig. Der Milchvertrieb verlangt großes Kapital für die Bereitstellung und Behandlung derselben. Ebenso ist erforderlich eine möglichst große Dezentralisation der Verteilungsstellen bezw. ein System, das die Milch vor dem Haus anliefert. Solange daher nicht alle Bewohner einer Stadt oder eines größeren Stadtteiles konsumgenossenschaftlich organisiert sind, ist es schwer, die Hauszustellung an die zerstreut wohnenden Mitglieder vorzunehmen, umgekehrt ist es den Mitgliedern bei einer weiten Entfernung von der Verteilungsstelle nicht möglich, sich die Milch selbst zu besorgen. Die Dezentralisierung der Verteilungsstellen würde den Verteilungsprozeß außerdem durch bürokratische Kontrollmaßnahmen erschweren bezw. verteuern. Die Wahrung ihrer Interessen zwingt die kleinen privaten Milchverteiler gleichzeitig, den Verteilungsprozeß so ökonomisch zu gestalten, daß auch hier der Klein- und Mittelbetrieb bezw. der kapitalistisch durchsetzte Großbetrieb vorteilhafter zu arbeiten vermag. Wenn der Konsumverein Basel die Versorgung der ganzen Stadt mit Milch im eigenen Betrieb übernommen hat, so ist das eine Ausnahmeerscheinung, die darauf zurückzuführen ist, daß infolge der besonderen ökonomischen und sozialen Einstellung der Bevölkerung alle Bevölkerungskreise im Konsumverein organisiert sind. Basel ist ferner eine verhältnismäßig kleine Stadt mit geringer Bevölkerungszunahme. Von 1910 bis 1920 stieg die Zahl seiner Bewohner von 132000 auf 136000.

---

[1]) Konsumgenossenschaft Berlin und Umgegend. Geschäftsbericht für 1920/21.

Die Versuche der Konsumvereine, in der landwirtschaftlichen Eigenproduktion Fuß zu fassen, dürften als gescheitert anzusehen sein. „Kommen doch die Anhänger der modernen Konsumgenossenschaftsbewegung nunmehr zu der Einsicht, daß ihr Blütentraum von einer konsumgenossenschaftlichen Landwirtschaft niemals reifen wird.[1]) Den experimentellen Beweis, der für die Beantwortung dieser Frage allein als beweiskräftig von Sassen angesehen wird, kann man im großen und ganzen im verneinenden Sinne erbracht sehen." Wegen Unrentabilität hat die englische Großeinkaufsgesellschaft ihre Fruchtfarm Roden geschlossen, eine andere, mit den modernsten Einrichtungen und mit reichlichem Betriebskapital ausgestattete Farm, die Lancasterfarm ergab einen Verlust von 22000 *M*. Die irischen Molkereien der Großeinkaufsgesellschaft, die zwar eine vorzügliche Butter lieferten, aber mit einem ständigen Verlust arbeiteten, stellten ihre Betriebe nach fünfzehnjährigem Bestehen ein"[2]) Wir können annehmen, daß die Leiter der Großeinkaufsgesellschaft, deren Tüchtigkeit, Energie und Fleiß es gelang, diese zum größten Handelshaus Englands zu machen, deren Leitung ebenso die verschiedensten Fabrikationsunternehmungen unterstehen, nichts unversucht ließen und sicher ebenso ihren ganzen Scharfsinn auf die Lösung des Problems der landwirtschaftlichen Eigenproduktion verwendeten. Wenn ihnen dann nach fünfzehnjährigem Bemühen die immer sich ergebende Unrentabilität die Aufgabe dieses Zweiges der Eigenproduktion angebracht erscheinen läßt, dann können wir wohl annehmen, daß das Problem der landwirtschaftlichen Eigenproduktion durch den Konsumverein nicht gelöst werden kann.

Wie wir gesehen haben, liegt auch der Verkauf landwirtschaftlich bäuerlicher Produkte noch fast ausschließlich in der Hand des privaten Zwischenhandels. Eine Bresche in dieses System kann, „soweit die bäuerlich landwirtschaftliche Produktion in Frage kommt, nur von den landwirtschaftlichen Verwertungsgesellschaften geschlagen werden, indem sie ihren Mitgliedern die Dienste leisten,

[1]) Jahrbuch 1910, Bd. I.
[2]) H. Domack: Dissertation, Der Genossenschaftssozialismus. Leipzig 1913. S. 15.

die diesen bisher von den Zwischenhändlern geleistet werden.[1]) Wenn wir aber beachten, daß es sich bei den Produzentengenossenschaften um eine Personenvereinigung handelt, deren privates Gewinnstreben durch Zusammenschluß in Absatzvereinigungen gefördert werden soll, die also bezwecken, den Händlergewinn dem Produzenten zuzuführen, so können wir einen wesentlichen Unterschied bezw. Fortschritt nicht feststellen. Vor allem dann nicht, wenn wir uns erinnern, daß die Konsumgenossenschaftsbewegung den Händler- und Produzentengewinn ausschalten will, was auf diese Weise nicht erreicht wird. Außerdem bedeutet es keinen Schritt zur Gemeinwirtschaft, wenn an Stelle des auf Gewinn eingestellten Händlers die auf Gewinn eingestellte bäuerliche Absatzorganisation tritt.

Der Erfolg des kleinen landwirtschaftlichen Betriebes, dessen Erzeugnisse der Konsumverein im eigenen Betriebe gewinnen wollte, beruht zu einem großen Teil auf der individuellen Sorgfalt des bearbeitenden Eigentümers bezw. der von ihm leicht zu beaufsichtigenden Hilfskräfte. Von der Arbeit des bezahlten Angestellten kann man eine gleiche Sorgfalt nur dann erwarten, wenn er überzeugter Genossenschaftsidealist wäre. Wir brauchen die Frage nicht zu beantworten, wie lang solch ein Idealismus vorhalten würde.

Anders scheinen die Verhältnisse allerdings in der großbetrieblichen Getreideerzeugung zu liegen. Die Vorteile der maschinellen Bodenbearbeitung und rationellen Verwendung der Erzeugnisse kann sich bei genügend großer Betriebsfläche sowohl ein konsumgenossenschaftlicher Betrieb als auch der private Farmbetrieb zunutze machen. Das Getreide kann in eigenen Mühlen vermahlen werden und findet gesicherten Absatz im Konsumvereinsladen bezw. in der Bäckerei. Die Erfolge der Farmbetriebe der englischen und schottischen Großeinkaufsgesellschaft in Kanada, ihre Teeplantagen usf. bestätigen diese Überlegung.

Auf dem Gebiete des Hausbaues betätigen sich die einzelnen Konsumvereine im Rahmen der von ihnen an

---

[1]) H. Kaufmann: im Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 1914, S. 4.

gesammelten Reserven. Daß diese nur jeweils gering sind und im Verhältnis zu der Nachfrage nach Wohnungen und zu dem in Bauten anlagesuchenden Kapital der privaten Wirtschaft nicht in Erscheinung treten kann, ist klar. Im Zusammenhang mit der Frage, wie weit die Konsumgenossenschaften zur Eigenproduktion überzugehen vermögen, erscheint es deshalb ohne praktische Bedeutung, wenn Domack meint: „Die Konsumgenossenschaften betreiben den Bau eigener Wohnungen, Geschäftshäuser und Fabriken. Warum sollen sie zu diesem Zwecke nicht ihre eigenen Ziegeleien, Steinbrüche, Kalkwerke besitzen, kurz alles bis zur Fertigstellung in eigene Verwaltung übernehmen?"[1]) Ein einzelner Konsumverein wird eine Ziegelei und dergleichen nicht wirtschaftlich auswerten können, da er nur wenig zu bauen in der Lage ist. Wegen hoher Frachtkosten ist der Ziegeleibetrieb auf ein verhältnismäßig kleines Absatzgebiet beschränkt, das er vollkommen erfassen muß, um wirtschaftlich zu arbeiten. Die Frachtsätze machen auch die Inbetriebnahme eines zentralen Ziegeleieigenbetriebes unmöglich.

„Große Hoffnungen auf eine genossenschaftliche Flotte wurden 1896 an den Erwerb des ersten Dampfers geknüpft, dem der Kauf weiterer und der Bau einiger anderer folgten. Aber die Erfahrung zeigte, daß die Cooperative Wholesale Society zwar die Rückfracht wirtschaftlich einrichten konnte, aber nicht in der Lage war, ausreichende Exportfracht zu beschaffen und die genossenschaftliche Flotte sank wieder herunter auf 4 Dampfer und 10 Leichter." Es ist möglich, daß in dieser Richtung der Zusammenschluß der Großeinkaufsgesellschaften aller Länder zu einer Dachgesellschaft eine weitere Bedarfskonzentration herbeizuführen vermag, z. B. wäre es denkbar, daß die europäischen Großeinkaufsgesellschaften Rübenbau betreiben und die Zuckergewinnung für ihre Betriebe selbst in die Hand nehmen. Die Frage eines internationalen genossenschaftlichen Warenaustausches scheint aber schon deswegen fraglich, weil die Großeinkaufsgesellschaft, deren Umsatz in einer Ware eine bestimmte Höhe erreicht hat, zur Eigenproduktion

---

[1]) H. Domack: Der Genossenschaftssozialismus, Diss. Leipzig 1913.

übergeht, wie das Beispiel der indischen Teeplantagen bezw. der Getreidefarm der C. W. S. und S. C. W. S. zeigen.

Soweit sich die Nachfrage nach Kohlen für Hausbrandzwecke wirtschaftlich rationell von einer günstig gelegenen Grube befriedigen läßt und dieser Bedarf so gestaltet werden kann, daß die Grube auch im Sommer genügend beschäftigt werden kann, ist die Erwerbung einer Kohlenzeche durch die Zentralorganisation empfehlenswert. Die Eigenbetriebe können in ihren Kesselanlagen die für Hausbrandzwecke ungeeigneten Kohlensorten verwenden. Die Schwierigkeiten des Absatzes, der Belieferung usf. von nur einer Grube aus sind jedoch auch hier ziemlich erheblich, wenn auch nicht unüberwindlich. Die englische Großeinkaufsgesellschaft betreibt seit 1917 ein Kohlenbergwerk, das allerdings nur einen kleinen Teil des sehr großen Kohlenumsatzes liefert.

Die Feststellung der Tatsache, daß die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion letzten Endes in der Nachfrage der Mitglieder ihre Grenze findet, führt zu der Erkenntnis, daß das Hauptbetätigungsgebiet für die Eigenproduktion die Herstellung von Massenbedarfsartikeln ist Die Konsumgenossenschaften wurden gegründet, um unter Ausschaltung des Händler- und Produzentengewinnes die soziale Lage der Arbeiter zu bessern. Auch heute wird die Hauptzahl der Mitglieder von den Arbeitern gestellt. Ihre Bedürfnisse sind bestimmend für die Richtung konsumgenossenschaftlicher Entwicklung; auf die von den Vereinen geführten Waren nach Art und Qualität. Es kann also auch nur in den Waren zur Eigenproduktion geschritten werden, die durch die Nachfrage der Hauptkäuferschicht den größten Absatz garantieren. Unter Wahrung konsumgenossenschaftlicher Prinzipien ist es deshalb dem Konsumverein nicht möglich, in die mannigfachen Gebiete privatkapitalistischer Produktion einzudringen, da ihm hierfür der notwendige gesicherte Abnehmerkreis fehlt. Die Tatsache nun, daß die Eigenbetriebe der Konsumvereine bezw. der Großeinkaufsgesellschaften immer verschiedenere Gebiete der Produktion erfaßten, braucht unserer Feststellung, daß es sich nur um einige Artikel des Massenbedarfs handelt, nicht zu widersprechen. Denn

was Massengut ist, läßt sich nicht ein für allemal festlegen. Es ist dies ein Begriff, der im Laufe der Zeit wechselt. Besonders ausgeprägt und schnell ist dieser Wechsel von allem in der heutigen Zeit der Technik. Bis zu der Revolutionierung der Technik und des Verkehrswesens mit beginnendem 19. Jahrhundert läßt sich nur eine ganz allmähliche, vielleicht manchmal ruckweise, im allgemeinen aber gleichmäßig langsame Veränderung des unter dem Begriff Bedürfnisse zusammengefaßten Lebensstandards feststellen. Die durch Technik und Verkehrswesen verbilligte Produktion hat es ermöglicht, der Masse Güter zur Verfügung zu stellen, die sich früher nur der Reiche anschaffen konnte. Die bei reich und arm unendlich mannigfaltigen Bedürfnisse konnten infolge der gesteigerten Produktivität der Arbeit in erheblich größerem Maße und bei einem erheblich größerem Teil der Bevölkerung bis zu einem gewissen Grade, der seine Grenze in der Produktivität fand, befriedigt werden. Die Bedürfnisse der breiten Masse des Volkes waren gewachsen und ändern sich infolge technischer und organisatorischer Neuerungen noch immer, jedenfalls in einem rascheren Tempo als früher. Wenn wir heute lesen, um nur ein Beispiel zu nennen, daß in Amerika eine große Zahl von Arbeitern eigene Automobile besitzt, so ist das Auto unter gewissen Voraussetzungen eben für den modernen Menschen kein Luxusgegenstand mehr, sondern es hat sich zum reinen Verkehrsmittel entwickelt, das einem dringenden Bedürfnis entgegenkommt. Wir finden heute den Arbeiterhaushalt mit manchen Dingen ausgestattet, die früher nur Begüterten erreichbar schienen.

Mit obigen Darlegungen wollen wir zeigen, daß der Begriff Massenbedarfsgut nichts Feststehendes ist, sondern sich mit der Entwicklung der Wirtschaft wandelt. Aus diesem Grunde ist es auch nicht angängig, die Grenzen der Eigenproduktion dahingehend festzulegen, daß man bestimmt, daß sich die und jene Artikel nie zur Eigenproduktion eignen werden. Das ist jeweils eine Frage der Technik, des Wohlstandes einer Wirtschaft — das Auto, das der amerikanische Arbeiter als etwas Selbstverständliches besitzt, ist in Deutschland noch nicht in

dem gleichen Maße Massenbedarfsgut geworden wie in Amerika — kurz der Produktivität der Arbeit. Was wir feststellen wollten, ist, und das bestätigen uns die Resultate unserer Untersuchung, daß die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion erst dann einsetzen kann, wenn das zu produzierende Gut eine Massennachfrage zu befriedigen hat.

Domack meint, daß es unverständlich sei, daß sich außerhalb der Organisation befindliche Konsumenten „von einer Minderzahl von Produzenten beherrschen lassen." [1]) Diese Formulierung deutet auf eine starke Verkennung der Tatsache, daß der Unternehmer, indem er die Produktion in Übereinstimmung mit den Ansprüchen der Konsumenten bringt, sich nach den Wünschen der Konsumenten richten muß. Die Anarchie der Produktion ist nur eine scheinbare. Maßgebend ist für die Unternehmung die Rentabilität. Der Unternehmer wird seine Produktion immer nur auf Artikel richten, von denen er auf Grund einer Wahrscheinlichkeitsrechnung annehmen kann, daß sie Absatz finden. Unterläßt er es, nach diesem Gesichtspunkt vorzugehen, so wird sein Betrieb unrentabel, seine Produktionsmittel gehen dann in die Hand desjenigen über, der in der Lage ist, das zu leisten, was die Verbraucher fordern. Der Unternehmer hat also nur die Stellung eines Leiters der Produktion. Er muß mindesten individuellen Kosten nachspüren und trotzdem höchste Gebrauchswerte für alle Güterarten und Güterquanten schaffen. [2]) „Bedürfnisse erkennen und schaffen ist die Grundlage aller Geschäfte. Die Ökonomik der Welt fordert mit Recht, daß der Unternehmer sie bereichere durch seine Gedanken und Vorkehrungen, wenn er sich selbst bereichern will." [3]) Die vielen mißglückten Berechnungen über die Absatzmöglichkeit von Gütern zeigen sich in der Form von Konkursen oder Liquidationen von Firmen. Gerade diese bestätigen uns, daß es dem Kon-

---

[1]) Hermann Domack: Der Genossenschaftssozialismus, Dissert. Leipzig 1913. S. 64.

[2]) Ad. Weber: Kampf zwischen Kapital und Arbeit. Tübingen 1921. S. 437.

[3]) Walther Rathenau: Gesammelte Schriften. Bd. IV. S. 90.

sumenten gar nicht einfällt, sich Dinge aufoktroyieren zu lassen, für die kein Bedarf vorhanden ist.

Der Unterschied zwischen der konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktion und der kapitalistischen Produktion ist also darin zu sehen, daß die erstere die Zweige erfaßt, die sich infolge eines bereits erreichten „standard of life“ als Bedarf einer großen Masse herauskristallisiert haben, die man im Denken und Fühlen bereits als zum Lebensnotwendigen gehörig betrachtet. Der Unternehmer dagegen sucht Bedürfnisse im voraus zu erkunden und der Wirtschaft anzupassen. Die Menschen wollen nicht nur mit den Bedürfnissen des Alltags aus den konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktionsbetrieben versorgt werden, sondern sie wollen sich versorgen, nach eigenem Gutdünken, nach ihrem Dafürhalten und dieses Sichversorgen kann nicht die auf Massenfabrikation eingestellte Eigenproduktion sondern nur die freie Initiative des Unternehmers in vollkommener Weise erfüllen. Vollkommen wenigstens in der Hinsicht, als es bis heute noch kein System gibt, das diese Funktion vollkommener durchführte und deshalb in der Lage wäre, den Unternehmer zu ersetzen.

Wir haben es bei den Erfolgen der Konsumgenossenschaften und ihrer Großeinkaufsgesellschaften mit Ergebnissen zu tun, die umsomehr Achtung fordern, als sie gewissermaßen aus dem Nichts entstanden sind, von seiten einer Bevölkerungsschicht, die nur ganz geringe Mittel für den Ausbau einer Organisation erübrigen konnte. Vergleichen wir aber die Summen, die in den Betrieben der Konsumgenossenschaften und ihrer Eigenbetriebe arbeiten mit den Milliardenbeträgen, die der weltumspannenden Organisation der großen Trusts zur Verfügung stehen, so werden wir finden, daß es den Konsumgenossenschaften nicht möglich ist, diesen Vorsprung einzuholen. Ganz abzusehen ist außerdem von den Unternehmungen, in denen der Unternehmergewinn dadurch ausgeschaltet ist, daß sie in Kommunal- oder Staatsbetriebe übergeführt sind.

Wir kommen also zu dem Ergebnis, daß es der konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktion im Laufe der

Entwicklung im Rahmen ökonomischer Gesetzmäßigkeiten möglich sein wird, manches Gebiet der Produktion zu übernehmen, daß sich diese Produktion immer nur auf Artikel des Massenbedarfs erstrecken wird.

Dieses Ergebnis läßt natürlich unberücksichtigt, daß nicht außerwirtschaftliche Momente die ökonomische Vormachtstellung des Unternehmers beeinträchtigen und behindern. Tendenzen dieser Art sind in mancher Richtung zu bemerken. Mutmaßungen über die Ergebnisse solcher Experimente auszusprechen, liegt jedoch außerhalb des Rahmens wissenschaftlicher Betrachtung, wenn man unter Wissenschaft den Inbegriff von Gedanken und Urteilen versteht, die dem Ziele nach Anspruch auf Allgemeingültigkeit haben.[1])

7. Stellungnahme zum Genossenschaftssozialismus.

Wir kehren zu der eingangs gestellten Frage zurück, ob die Genossenschaftsbewegung und vor allem die Konsumgenossenschaften und ihre Eigenproduktionsbetriebe ein Mittel darstellen, das kapitalistische System unter demokratische Kontrolle zu bringen. Soweit die Konsumgenossenschaft dem kapitalistischen System überlegen ist, wird sie in der Lage sein, durchzudringen. Wir haben gezeigt, daß diese Überlegenheit nicht auf allen Gebieten der Wirtschaft erreicht werden kann, nicht zuletzt deshalb, weil wir es mit dem Menschen, seinen Fehlern und Schwächen zu tun haben. Daß man gerade vom Genossenschaftssozialismus erwartet, daß er das Fundament zu einer neuen Gesellschaftsordnung legt, mag seinen Grund darin haben, daß er einen praktischen Versuch zur Lösung sozialer Probleme darstellt, im Gegensatz zum wissenschaftlichen Sozialismus, der die Lösung durch die Entwicklung selbst heranreifen sieht. Während aber der Arbeiter als Produzent bei seinem ersten Versuch mit den Arbeiterproduktivgenossenschaften an drei Kardinalfehlern scheiterte, gelang es der Organisation der Konsumenten, sich erfolgreich in der kapitalistischen Wirtschaft zu behaupten. Ohne sich anderer als der durch die

---

[1]) Prof. A. Weber: Vorlesung über allgemeine Volkswirtschaftslehre.

Wirtschafts- und Rechtsordnung gebotenen Mittel zu bedienen, bildet ihre Organisation einen Fremdkörper in der kapitalistischen Wirtschaft. Die Genossenschaft ist wohl in der Lage, der großkapitalistischen Entwicklung ein wirksames Gegengewicht entgegenzustellen, als auch sie zu ergänzen.

Daß die Genossenschaftsbewegung tatsächlich kein soziales Allheilmittel darstellt, zeigt die Einstellung der Arbeiter zur Genossenschaft. Sie sind Arbeitnehmer wie in jedem anderen Betrieb. Auch die redlichen Pioniere mußten ihr Programm einer Revision in der Richtung unterziehen, als auch sie keine Lösung des Problems der Arbeitslosigkeit fanden. Die Arbeitslosen blieben unbeschäftigt, die Arbeiterfrage blieb ungelöst.

Die Bewegung, die man unter dem Namen Gildensozialismus zusammenfaßt, stellt nur einen neuen Abschnitt in der Reihe der Versuche dar, die von den Arbeitern unternommen wurden, ihre Lage zu bessern.

Die Nachprüfung der herkömmlichen Formel der Genossenschaftslehre, wonach das Genossenschaftswesen ins Unbegrenzte ausgedehnt, den Unternehmergewinn, das Lohnsystem und die Gesellschaftsklassen beseitigen würde, hat ergeben, daß wir es mit ebensoviel Irrtümern wie Behauptungen zu tun haben. Wir werden den Tatsachen eher gerecht, wenn wir „das Genossenschaftswesen als ein gewaltiges methodisches Streben nach Einführung größtmöglicher Gerechtigkeit in den wirtschaftlichen Verhältnissen betrachten, wobei es den Egoismus des einzelnen und die Urinstinkte der Menschen als gegeben annimmt, also kurz gesagt, das Gesetz der wirtschaftlichen Geltung, die dem Wesen nach ebenso unmoralisch wie in den Tatsachen beherrschend ist, anerkennt."[1])

[1]) Bernhard Lavergne, Prof. Lille: L'ordre coopératif. Paris 1927. In Konsumgenossenschaftlichen Rundschau 1927. Nr. 3. S 36.

Richtigstellung.

S. 32 Abs. 5 Zeile 11 muß es heißen statt ℳ 12 912 968

ℳ 169 477 525.